

MdN
DESIGN & GRAPHIC

MdN 04

2017 APRIL
vol. 276

DESIGN GRAPHIC

2017 APRIL

CONTENTS

FEATURE ARTICLE 1

022

作品の スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

映画／雑誌／アニメ／音楽／舞台

TALK SESSION

018

人と人

hit to hit
クリエイター2人のテーマトーク

session 37

依田伸隆 [10GAUGE] × 浅野直之

GRAPHIC

086

創る。

094

DESIGNING the MOMENT

シャッターでデザインしてみたい

097

FLYING DICTIONARY

102

MAIN SOURCE
By Takahiro Kuroki

CREATOR'S WORKS

078

PORTFOLIO NO.45

YUDAI
MARUYAMA

製本所

音響

校正

MdN
DESIGN & GRAPHIC

2017 APRIL

TREND
007

HELLO!
NEWS & TOPICS

016

IN FOCUS
いま注目のデザイン

FOR DESIGNERS
118

TRY
PRINTING!

114

**DESIGN
DIGEST**
BOOK/PACKAGE/POSTER/
WEBSITE/GD JACKET/ETC.

120

{ フォントの
ショーケース }
このデザインの、あのフォント。

READING

098

creator's essay



099

creator's essay



100



103

シシヤマザキの
シシヤマケ髭

COVER



DIALOG

124

伊藤万理華 [乃木坂46]

MARIKA meets
CREATORS

INFORMATION

- 096 MdN MOOK Series
- 104 DATA GUIDE
- 106 MdN BACK NUMBER
- 108 クリエイター自薦他薦
- 112 編集後記/次号予告

MdN
DESIGN & GRAPHIC

ディズニー・アニメーションの原画が一挙上陸 その想像力と技術にせまる企画展

東京・お台場の日本科学未来館で企画展「ディズニー・アート展 いのちを吹き込む魔法」が開催される。同展は、「いのちが吹き込まれた瞬間」をコンセプトにディズニー・アニメーションの想像力と技術革新の軌跡にせまるもの。公開されるのは、ミッキーマウスの誕生作となった「蒸気船ウィリー」から最新作の「モアナと伝説の海」(3月10日日本公開)に至るまで、約90年分のディズニー・アニメーションの原画やスケッチ、コンセプトアートなど450点以上の作品。そ

れら傑作の裏に隠された数々の魔法(いのちを吹き込む技)を解き明かし、作品を生み出すために費やされたリサーチや開発などの側面をフィーチャーしている。なお、東京展終了後、大阪、新潟、仙台の順に巡回展が開催される予定。(山口 優)

ディズニーアート展 いのちを吹き込む魔法

■ URL ds2017.jp/ ■ 会場 日本科学未来館 企画展示ゾーン
■ 会期 4月8日~9月24日(東京展)
■ 入場料 1,600円(大人 当日)ほか

© Disney Enterprises, Inc.



「蒸気船ウィリー」より(1928年)

© Disney Enterprises, Inc.



「モアナと伝説の海」より(2016年)

■ フジテレビ



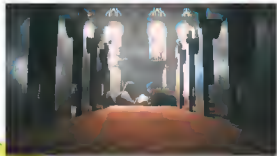
最果タヒの詩集が映像化 「さいはてれび」配信スタート

ショートフィルム番組「さいはてれび」の配信が、フジテレビジョンの総合エンターテインメントサイト「FOD(フジテレビオンデマンド)」にて開始した。「さいはてれび」は、現代詩手帖賞や中原中也賞などを受賞した詩人の最果タヒの詩集「死んでしまふ系のばくらに」および「夜空はいつでも最高密度の青色だ」を若手監督と女性アーティストがショートフィルムで表現するといったコンセプトの番組。今回配信された作品は、荒船泰廣監督、ぼん(ORESAMA)出演の「恋する心臓」、山戸結希監督、上坂すみれ出演の「文庫の詩」、二宮 健監督、吉澤嘉代子出演の「MEDIOCRITY GIRLFRIEND」の3作品。メインビジュアルのイラストはデジタルアーティストの wataboku が担当。楽曲は小島英也(ORESAMA)、Vampillia、浅見北斗(Have a Nice Day!)が提供している。(山口 優)

さいはてれび

■ URL saihaterebi.jp/

■ フジテレビ



「文庫の詩」

MdN
DESIGN & GRAPHIC

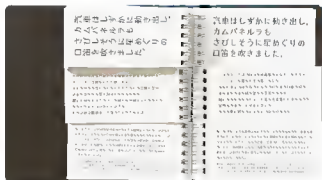
めくって試せるフォントの組み合わせ 組見本帳「フォントマッチングブック」

組見本帳「フォントマッチングブック」(バイ・インターナショナル)が発売中。同書はフォント別に「見出し」「リード」「本文・キャプション」の3つのパートに分かれており、各パートをめくってさまざまなフォントの組み合わせを試することができるという。また、左ページが縦組み、右ページが横組みになっており、組み方向の違いによるフォントの見え方も確認することが可能。組見本帳の縦数(文字サイズ)と横送り(行送り)は「見出し」が36Q・46H、「リード」が16Q・

26H、「本文・キャプション」が13Q・22Hおよび9Q・15Hとなっている。収録フォントはモリサワ、フォントワークス、SCREENグラフィックアンドプレジションソリューションズ、タイプバンクなどの人気109書体で、組見本帳にはフォント名やウェイトなどが明記されている。(山口 優)

フォントマッチングブック

■ URL pin.co.jp
■ 価格 2,600円



今回のテーマは〈時間〉 magmaの新作個展「STOP THE TIME」

アナログな質感と、色彩豊かな独特の世界観で人気を集める杉山「純と宮澤謙一」によるアーティストユニット、magma(マグマ)。広告美術、空間演出、家具などのプロダクトから、ゆずりやきりばみぬばみぬ、サカナクションらのミュージックビデオの美術セットや keisuke kanda 新宿店の店舗内装など、さまざまなジャンルに渡りクリエイティビティを発揮している。そんな彼らが、新作個展「STOP THE TIME」を中目黒のオルタナティブスペース「VOILLD」で開催。地下に広がる VOILLD の空間に、「時間」をテーマにしたオブジェやスカルプチャーなどの立体作品を中心に、コラージュ、ペインティングといった平面作品など約30点を展開する。このほか、新作のキーホルダーなどの限定グッズをはじめ、伊勢丹新宿店とのコラボレーションアイテムとなるTシャツやパーカー、バッグなども登場。こちらも楽しみだ。(齊藤あきこ)



STOP THE TIME

■ URL www.voilld.com ■ 会場 VOILLD
■ 会期 3月31日まで ■ 入場料 無料

HELLO!
NEWS & TOPICS

MdN
DESIGN & GRAPHIC

約300点の制作資料が一堂に

「君の名は。」展が開催

東京・銀座の松屋銀座8階イベントスクエアで新海 誠監督作品「君の名は。」展が開催される。昨年夏に公開され大ヒットを記録したアニメーション映画の魅力にせまる展覧会で、会場には企画書や絵コンテ、設定資料など約300点の貴重な制作資料を展示。新海によるビデオコンテや作画監督によるキャラクター設定表、劇中場面を再現した糸守の風景カットの展示、挿入歌を手掛けたRADWIMPSの主題歌を歌詞とともに聴くことができるコーナーなども用意

されている。さらに、劇中の授業シーンに登場する黒板を再現したものも初公開となる。物販エリアでは、展覧会限定の新商品や、背景イラストのクリアファイル、ポストカードなど、関連書籍やDVDを含めた約200種類の商品が販売される予定だ。(山口 優)

新海 誠監督作品「君の名は。」展

■ URL www.matsuya.com/m_ginza/

■ 会場 松屋銀座 8階 イベントスクエア

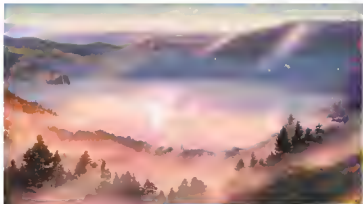
■ 会期 3月6日～20日 ■ 入場料 700円(一般) 当日ほか

©2016「君の名は。」製作委員会

©2016「君の名は。」製作委員会



作画監督・安藤雅司によるレイアウト修正



風景カット(糸守)

懐かしのソニー製品がファッションアイテムに！ ザ・パーキング銀座×ソニーのコラボレーション

東京・南青山の「ザ・ブル青山」に続き、藤原ヒロシがディレクションするコンセプトストア「ザ・パーキング銀座 (THE PARKING GINZA)」。

銀座・数寄屋橋交差点にあるソニービルの地下3階に構え、ユニークなコンセプトやイベントで話題のこのショップが、ソニーとのコラボレーションアイテムを発表した。「WALKMAN®」のロゴを施したコーチジャケットや、80年代に「It's a Sony」のCMジングルとともに使われていた「S」ロゴをあしらったトートバッグ、ウォークマンやフロッピーディスク、ベータマックス・テープなどのソニー製品を実物大で再現したゴーチなど、往年のソニーファンにはたまらないグッズがラインアップされている。(斎藤あきこ)

THE PARKING GINZA

■ URL parking-ginza.com/



MdN
DESIGN & GRAPHIC

コンセプトは「身に付けることのできるグラフィック」 ファッションブランド・ミントデザインの展覧会

大胆で豊かな色合いや、グラフィカルでユニークなモチーフのテキスタイルで、クリエイターにもファンも多いファッションブランド「ミントデザインズ」。2001年の設立以来、ファッションの枠にとらわれない活動を続けている彼らが、クリエイションギャラリー G8の3部屋をフルに使い、40体のマネキンなどが登場するスペクタクルなインスタレーションを展開する。「身に付けることのできるグラフィック」を作り続けてきたミントデザインズの活動を包括する一大イベント。
(齋藤あきこ)

mintdesigns / graphic & textile works 2001-2017

- URL rcc.mintdesigns.co.jp/g8/
- 会期 3月25日まで
- 会場 クリエイションギャラリー G8
- 入場料 無料



「暮しの手帖」創作者・花森安治 編集長としての声に耳を傾ける展覧会

東京・世田谷美術館で「花森安治の仕事ーデザインする手、編集長の眼ー」が開催中だ。「暮しの手帖」創刊者として知られている故・花森安治の多彩な仕事を通して、その思想を探っていくという本展。花森の学生時代、戦時下の資料、取材や執筆から表紙画やレイアウトまでの全てを手掛けた暮しの手帖社時代の仕事、他社の装幀などといった仕事の他にも、訪ねで紹介した日用品や電化製品、身辺にあった愛用品など、約750点の希少な資料が展示される。(山口 優)

花森安治の仕事ーデザインする手、編集長の眼ー

- URL www.sasagayamuseum.or.jp/
- 会期 4月9日まで 観覧料 世田谷美術館
- 入場料 1,000円(一般) 当日はか



「美しい暮しの手帖」1世紀1号(創刊号)
発行 表紙研究所 1945年9月20日刊 暮しの手帖社蔵

HELLO! NEWS & TOPICS



INFOBAR OPTIMUS PRIME (NISHIKIGOI)
© 2003 年 KDDI 株式会社、© TQMY

auの携帯電話がトランスフォーム! 驚きの「au x TRANSFORMERS PROJECT」

マイケル・ベイ監督が導く、ハリウッドの人気映画「トランスフォーマー」と、15周年を迎える「au」がまさかのコラボレーション! 横強いファンを持つデザインケータの初代「INFOBAR」が、オプティマスプライム・バンブルビー・メガトロンのキャラクターに完全変形するロボットを、クラウドファンディングサービス「Makuske」(3月30日18時まで)で申し込み受付中だ。Bluetoothユニットを内蔵し、スマホの発信をLEDの点灯により知らせてくれる実用的な機能も。(齋藤あきこ)

au x TRANSFORMERS PROJECT

- URL time-space.kddi.com/au-transformers/index.html
- 価格 5,400円(INFOBAR OPTIMUS PRIME (NISHIKIGOI) 1台)、16,200円(au x TRANSFORMERS PROJECT 3体セット+特製スリーブ)

IN FOCUS

いま注目のデザイン

「Seaboard RISE」 MIDIコントローラー

ROLI/2016

鍵盤をスライドさせて音階を横断できるなど、革新的なMIDIコントローラー「Seaboard RISE」。これを開発したイギリスの楽器メーカー「ROLI」のCEOのローランド・ラムさんの制作背景とは。

● 構成・文 足立綾子 ● 写真 ただ[ゆかい]

CREATOR INTERVIEW

私はジャズ・ピアニストとしても活動する中で、ピアノの鍵盤と鍵盤の間の音を出せないかと模索したのが、「Seaboard RISE」を開発するきっかけです。まず、デザインの視点から白鍵と黒鍵の視目をなくそうと表面に色打ったソフト・シリコンを採用、音から音への移動がスムーズにできるようにしました。そして、色の持つエモーションから本体を黒一色に。これには、白鍵と黒鍵という伝統的



な色の組み合わせの対称の色という意味もあります。

「Seaboard RISE」の最も特徴的なポイントは、バイオリンやギターの弦の上で指を滑らすように音と音の間を表現できる全面シリコン製のサーフェス。5Dタッチに対応していて、押す時の速度や圧力を検出し、前後左右にスライドするといった人間の指先の直感的な動きをそのまま音に変えることができます。この多次元データを実際の

音として処理。出力するには非常に高度なソフトウェアが必要のため、世界初のマルチディメンショナルによるサウンド・コントロールが可能な付属ソフトウェア「Equator」も開発。ユーザーからは、次世代のキーボード、全く新しい楽器などと賞賛いただき、2016年度のグッドデザイン金賞を受賞しました。

(価格:RISE 25/99,800円、RISE 49/168,000円)

CREATOR PROFILE

Roland Lamb (ローランド・ラム)

ROLI創業者兼 CEO。幼いころからピアノを習い、弾き行のために日本で生活していたこともある。ビジュアル・アーティストやジャズ・ミュージシャンとして活動した後、ハーバード大学を卒業。その後ロンドンへ移住し、ロイヤル・カレッジ・オブ・アート在学中の2009年にROLIを創設。

url. www.ml7.co.jp/roli/



クリエイター2人のテーマトーク

session 37

依田伸隆 [10GAUGE] × 浅野直之

theme

「90年代サブカルチャーとアニメの越境」

クリエイションに携わる者同士の会話から、アート・グラフィック・カルチャーの今を浮き彫りにする、対談連載「人と人」。

アニメや音楽など、90年代のサブカルチャーに影響を受けたというアニメーターの浅野直之さんと映像制作会社10GAUGEの依田伸隆さん。

お二人にアニメと他ジャンルの越境について語ってもらった。

- 編集 足立綾子
- 写真 谷本 夏 [studio track72]

依田 浅野さんとは「おそ松さん」の仕事で初めてご一緒して、その後、共通の知り合いを介して飲みに行ったのが初対面でした。

浅野 その時、アニメの話もしましたが、音楽の話も結構しましたね。

依田 僕の方が2学年年上ですけど、学生時代に読んでいた「クイック・ジャパン」の話で盛り上がりつて。

浅野 僕、岡山出身で、しかも当時はインターネットがないから、サブカルチャーの情報が本や雑誌しかない。だから、「クイック・ジャパン」を結構読んでいた人と話をすると、その当時見ていたものが共通することが多くて、「同志がいた!」みたいな気持ちになります。その飲み会の席で、依田さんがイギリスにレコードを作りに行った話も聞いて、この人、ちょっとヤバいなと。

依田 イギリスにDJ KRUSHさんと仕事したカッティングエンジニアがいるのを知って、バイトで得たお金を貯めて、自分たちが作った音楽をその人にカッティングしてもらったんです。レコードを作りに行ったというか、僕はミューハー気分です。ついでにいった感じですよ。

浅野 それは僕のような田舎者からすると、90年代にイギリスに行ったんだって、ちょっと許せんです!

依田 あははは!

アニメをめぐる評価が転換した90年代

浅野 依田さんって、普通、アニメの仕事をやらないタイプなんじゃないかなと。いろいろなサブカルチャーを好きで見ていたなかで、そのひとつがアニメだったという人。実は、僕もそうなんです。

依田 それは浅野さんのお仕事を見るとにじみ出ちゃってるので、なん

依田伸隆

Nobutaka Yoda

映像ディレクター、作曲家、株式会社10GAUGE代表。1977年、東京生まれ。学生時代からの友人である松木大祐と10GAUGEというチームで実写/アニメを問わず趣味的に自主制作を始める。フリーランス期間を経て、のちに法人化。近年、アニメ作品のPVやOP/ED映像に関わることが多い。「おそ松さん」PV、「君の名は。」予告、「モブサイコ100」OP/PV、「悪人」OP/ED、「がんがんがんこちゃん」本編制作など。

url, 10gauge.org



となくわかりますよね。

浅野 ちょっと気をつけよう……。アニメではなにが好きでしたか？

依田 「エヴァンゲリオン」(以下、エヴァ)と、もうひとつは、それこそ浅野さんの最近のお仕事に関するんですけど、僕は「機動警察パトレイバー」(以下、パトレイバー)がとにかく好きだったんです。浅野さんが「機動警察パトレイバー-REBOOT」(以下、REBOOT)の仕事をしたってことは、もうゴールに行ったみたいに思えて(笑)。

浅野 まだまだゴールじゃないですよ。僕のゴールはイギリスですよ！

依田 (笑)。うちの会社のスタッフって、好きなものがそれぞれ違うんですが、唯一共通するのが「パトレイバー」なんです。特に、劇場版第1作と、第2作あたり。

浅野 自分もアニメでいったら、中3ぐらいの時に見た「AKIRA」、「攻殻機動隊」、「エヴァ」、「ものけね」とか。ただ、「エヴァ」や「もののけね」と、「AKIRA」や「攻殻機動隊」って、ちょっとまた違いますよね。「AKIRA」とかは、アニメだけオタクじゃない。当時はまだオタクって、ちょっと気持ち悪いって言われていたじゃないですか。

依田 今は市民権を得てないですからね。

浅野 僕、小学生くらいのときからアニメっぽい絵とか描いたりしてたんですけど、中学生になった時に脱アニメをしていた時期があって。でも、ちょうどその時に「AKIRA」や「攻殻機動隊」を見て、これは他のアニメと違うぞと。そこでまた合流した感じなんです。あと、僕が中3ぐらいの時に、NHKの番組で「RAINBOW 2000」(日本初の大規模野外ライブ)での日本のテクノロジーの特集をしていたんです。そのなかで、ケンイシイが後ろのスクリーンにアニメーションを映しながらブレインでいて。

依田 あ、のへん、強烈でしたね。

浅野 アニメ制作会社のSTUDIO4℃が手がけたものや、飯野賢治さんが作った作家性の強いゲームなどに、かっこよきや時代の最先端を感じていました。

依田 「エヴァ」をオンエアの時に見てたけど、周りの友達から「おまえ、アニメなんか見てんじやねえよ」ってノリはありました。

浅野 最初はそうだったのに、サブカル層から絶賛されて、評価がコロコロと変わった。

依田 1996年に「クイック・ジャパン」で飯野秀明さんの特集が組まれるってことは、もうこのあたりからメディアの人たちの間では「アニメってなんかヤバいんだな」という空気感があつたんでしょうね。まさか、自分がアニメの仕事に関わるとは思ってもみませんでしたけど。

押井 守の実写作品を見て映像制作の道へ

依田 僕は絵を語って、映像制作をするようになったんです。美大生の時にバンドをやっていたので、自主映画の制作を自分たちで作っていたのが、いまだに仕事として続いている感じで。映像制作会社に入ってから積みまじりすることがまるでなかったものだから、今になってすごく後悔しますけどね。

浅野 最初に映像を作りたいと思い立つきっかけになった作品はあるんですか？

依田 「紅い眼鏡」や「ケルベロス」とか、押井 守さんの実写の作品です。ちょうど8ミリカメラを手に入れて、見よう見真似で映像を作り始めました。

浅野 依田さんの仕事って、モーショングラフィックスのイメージが強いで



浅野直之

Naoyuki Asano

1980年生まれ。アニメーター、キャラクターデザイナー。ゲーム系専門学校卒業後、動画マンとしてアニメ業界へ。主な代表作に、「おそ松さん」、「劇場版ドラえもん 大のび大と救世兵衛」、「監おにいさん」、「NHK一花は咲く、東北に咲く」、「アニメミライ しらんぷり」など。星野源「地獄でなぜ悪い」のMVの監督を星野源と共同で務める。



「僕らもいまだに『90年代の映画っばくしようよ』って話したりします。アニメって許容範囲がすごく広いので、他のカルチャーを軽々と入れられる強みがある」

—— 依田伸隆

すが。

依田 昔から自主映画と一緒に作っていた松本と僕とで会社を立ち上げたんですが、彼が専門学校でAfter Effectsを学んでいたんで、僕が編集した映像に、松本がモーショングラフィックスを入れているんです。今でこそアニメのオープニングやエンディングの映像に携わっていますが、当初は、PVやCMなどの広告映像を作っていました。僕ら、絵を描けないコンプレックスがあって、絵を描けたうえで、監督、脚本、演出など、実際に手を動かしている人たちにすぐリクエストがあるんです。

浅野 それは、アニメーターからするとすごく嬉しいんですけど、たぶん、僕たちも逆のコンプレックスがありますね。じゃないと、依田さんに仕事行かないですよ！

依田 アニメって、現場の作業量が膨大だから分業化の一環としてもうちに仕事があるんですよ。よく話を聞くと、撮影さんもほんとにはもっと細部までこだわりたいんだけど、オンラインに合わせることを優先させないといけない。だから、僕らはおいしいところをやらせてもらっているんだって自覚しています。

「おそ松さん」の制作で参考にしたものとは？

依田 僕、浅野さんと同世代とその前の世代のアニメーターさんとは作る絵がまるで違う気がして。

浅野 そうですかねえ。

依田 その絵作りの違いって、劇場版『ドラえもん』を経験していることになにか秘密があるんじゃないかって、個人的に思ったことがあるんですけど(笑)。それこそ、ちょっとした絵作りにしろくても、アニメーションが持っている根源的ないきいきとした感じが画面を通してすごく伝わってくる。よく見るとキャラの顔とかが選りすぐるのに、「キャラの顔をかわちり描くよりもっとおもしろいことあるでしょ？」みたいな画面の作り方をしていますよ。でも、「REBOOT」を見たら、浅野さん、かわちりしたのもできるんだとびっくりしました。今っぽい絵と作者のゆきまきさんの絵を絶妙なところに落とし込んでくれたのが、すごくいいですよ。

浅野 してやったりですね！

依田 「完結超人あ〜る」っぽい。ちょっとふつくらしてですね。

浅野 自分もそのあたりの作品が好きなんです。アニメーターそれぞれにかっちり系が得意などのスタイルがあるんですが、自分はあんまりクセがなく、これといったスタイルがない、ファミレスみたいなのが自分の持ち味かなと思っています。

依田 浅野さん、下積み時代にいろいろなタイプの作品に関わってしますもんね。

浅野 かわちり系や美少女ものなど、これまでの蓄積があるのが逆によかったのかな。絵柄は幅広く描きたいという意識があって、アニメ内で完結させるんじゃないって、他のジャンルからモチーフを拝借してアニメに合わせることをずっとやりたくて、「おそ松さん」ではそれができたのと同じに手応えも感じました。

依田 どのくらいのものを参考にしたりしたんですか？

浅野 僕、CDとかレコードのジャケットが好きで。イエスの「Tales from Topographic Oceans」みたいな、古いプログレのジャケットに描かれているロジャー・ディーンのアートワークとか。

依田 あの仰々しい構装美、いいですね。

浅野 シュールなのに上品で、なんか代替っぽい。赤塚不二夫の世界もサイケでシュールなのに、整然としているから上品な印象もあるじゃないですか。「おそ松さん」は、プログレじゃなくても、わりとなんにでもハマる。普通のアニメでは使いにくい色味も使える感じがありましたね。

アニメーターって、若い人でも絵がうまい人がたくさんいるんですけど、いざ同じラインに立った時に今までやってきたことや見てきたもの、その人しか出せない独自性が差が出てくるんです。

依田 僕もですが、自分の好きなものとか、バックボーンに頼るところはありますね。最近の作品を見て勉強しなきゃいけないとは思いますが、やっぱり昔取った杵柄には勝てませんね。

浅野 ほんとにそう！ 僕、90年代のものでずっとやってます。

依田 今もおもしろいものがいっぱいあるんだけど、自分が18、19の時に見た90年代の映画ほど感動したり影響を受けたたりしたものはない。

浅野 「宇宙戦争」を見てすごいと思うけど、「ジュラシック・パーク」を越えられない。

「たぶん庵野さんも、特撮とか好きなものを『エヴァ』に入れていたと思うんですよ。自分の好きなモチーフを混ぜること自体は、昔からあんまり変わらない気がします」

——浅野直之



依田 僕も浅野さんもその世代なのひねくれ方をしていましたよね。
浅野 はい……僕もひねくれていますし、自分は王道に行けないというのは自覚しています。「おそ松さん」の仕事では、実は王道を狙ってなくて、自分が好きなものを詰め込んで提案しました。
依田 あれ、かなりの変化球ですよ。
浅野 だから、「おそ松さん」を見た今の若者たちは、90年代の「クイック・ジャパン」で取り上げていたサブカルチャーを知らず知らずのうちに、浴びているわけですよ。
依田 アニメや声優好きの女子が「おそ松さん」のメタっぽいギャグで笑っているって、僕たちがおもしろがっているものが届いたってことですよね。すごい改革が起こったなと思いました。

受け皿としてのアニメの許容範囲の広さ

浅野 「3月のライオン」のオープニングでは、「トレインスポッティング」のトイレのなかに入り込むシーンを参考にしているんです。今年、続編の「T2 トレインスポッティング」が公開されますよね。
依田 僕らもいまだに「これ」「ツイーン・ボックス」のあれっぽくしようよって話したりしますよ。もしかしたら、僕たちと同じ世代の人たちがアニメ制作現場の中心を担ってきているから、お互い共有していたカルチャーをモチーフとして入れやすいのかもしれないね。
浅野 たぶん、庵野さんも特撮とか、自分が好きなものを「エヴァ」に入れていたと思うんですよ。だから、自分の好きなモチーフを作品に混ぜる

こと自体は、昔からあんまり変わらない気がしますね(笑)。
依田 しかもアニメって許容範囲がすごく広いので、それを軽々と入れられるという強みがある。
浅野 自分が好きなものをきりぎり入れて気づかれなかったりすると、勝った気になりますね！
依田 (笑)。「スラムダンク」のアニメで、バスケの試合の観客の一人がインシュチュエルツェンデ・ノイバウテン(ドイツのインダストリアルバンド)のTシャツを着ていたのを古い記憶で覚えていて。その時は、遊ぶTシャツを着てる人がいると思っただけで、なにかわからなかったけど、ノイバウテンを好きになって初めて気づいたんです。アニメーターさんって、そういう遊びをしますよね。
浅野 やりますやります。
依田 自分勝手な話ですけど、浅野さんも僕も「自由にやればいいよ」と言われると実力をいちばん発揮できると思うんですよ。
浅野 そうですねー。
依田 僕はそう言われた方が、金額以上のものを提供できますよと強く言っておきたいです(笑)。浅野さんは、今までのお仕事でなかで比較的自由にできたものってなんですか？
浅野 「おそ松さん」や星野源さんの「地獄でなぜ悪い」のMVは、自分がやりたいものが比較的入れられたと思いますけど、これからもっと自由に作っていきなすね。
依田 浅野さんが好きように作った作品を是非見てみたいです。あと、「バトレババー」の仕事は絶対続けた方がいいですよ！



©2016「君の名は。」制作委員会

2016年8月の劇場公開から大ヒットを飛ばしている新海 誠監督作品「君の名は。」。10GAUGEはその予告映像を制作している。上坂莉奈の予告に始まり、特撮、記録的な動員数や受賞情報が追加されたバージョンなど、実は数多くの告知映像が制作されていて、映像上に目が離せなくなるもの、キャラクターを分かりやすく伝えるもの、ストーリーを想像させるものなど、一つの作品をさまざまな視点で切り取ることができるのが分かります。告知映像は映画の公式Webでも見ることができ。



©HEADGEAR バンダイビジュアル・カラー

吉浦康裕さんが監督し、スタジオカラーが制作した、日本アニメ(ーター)見本市「機動警察パトレイバー REBOOT」で、浅野さんはアニメーションキャラクターデザインと作画監督および、一部原画を担当。ゆうきみさんのキャラクター原案を生かしながら、今っぽいアニメにマッチする、リアルかつコミカルな新しいキャラクターデザインに思いを込めた。3DCGのメカ、アナログで描かれた背景との調和も見どころ。バンダイビジュアルよりBlu-ray DVDが発売中。

映画

雑誌

アニメ

良い作品であろうが、良くない作品であろうが、それを作った人は

きちんと評価されるべきだろう。だからこそ多くの作品には

作った人の名前が記載されている。それがスタッフ・クレジットだ。

映画などだったらさまざまな職種のさまざまな名前がエンドロールで流れてくる。

逆に言えば、その作品のとある部分が良いと思ったら、クレジットを

ていねいに追うことでその部分だけをきちんと評価できたりもする。

そう、クレジットは作品をもっと深く知れる情報の宝庫なのだ。

この特集ではそんな「スタッフ・クレジット」というものに関して特集をする。

「特集」

作品の

スタッフ・クレジットから
読み解けるもの

音楽

舞台
舞



クレジットな風景

日常のふとした瞬間に、スタッフ・クレジットに出会う。

家で、職場で、街で、手にしたスマートフォンで。

大抵の場合、あまり気にせず見飛ばしてしまうかもしれない。

クレジットなんてよほど興味があるものでない限り、わざわざ自分から

見にいかない。でも見ようと思ったらいつもそこにある。それがクレジット。

●文 編集部 ●写真 谷本 夏 [studio track72]

家で映画を見る。泣ける映画だったのか、ドキドキハラハラな映画なのか。ともかく本編が終わり、エンドロールが流れ始める。しかしあなたはお手洗いに行きたいのか、リモコンで終了のボタンを押す。最後まで流れなかったエンドロール

view point

01



view point

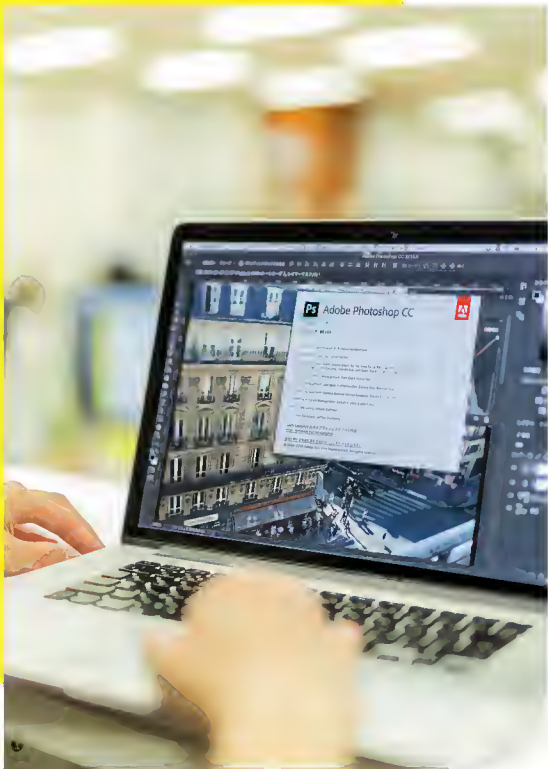
02

お気に入りのバンドのお気に入りのアルバムがある。いつものようにCDをトレイから取り出す。音楽を聞き終わる、CDをトレイに戻す。トレイの下に置かれているスタッフ・クレジットにあなたが気づくのはいつだろうか

view point

建物に印字された「定礎」の文字。もちろんあなたは気にしたことはない。変われたら「そういえばあったな」ぐらいなものだろう。その下に刻まれていた人の名前があなたの目に入る瞬間に立ち会いたい



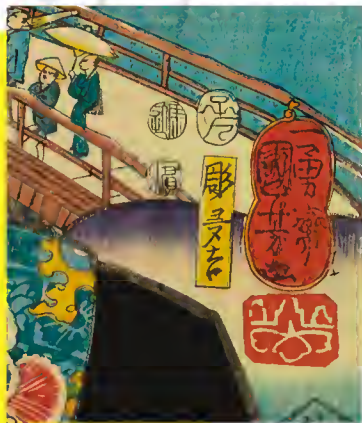


view point

仕事で忙しくAdobeのアプリケーションを使いこなすあなた。ふとミスタッチで、人の名前が書かれたパネルが表示される。パネルの読み方がわからない。人の名前は目に入らない

view point

有名な浮世絵師、国芳の作品を見る。でも、この作品が本当に国芳のものか確認しないと落ち度がない。と、右側に「国芳」の落款を見つけるあな。ちょっとだけうれしい「江戸名所見立十二ヶ月の内 2」(一男 国芳 画) 国会図書館蔵





iPhone

Designed by Apple in California. Assembled in China.
FCC ID: B1A2817A IC: 5436C-0001A



view point

自分が名義になったから心配で、小さな文字を
読んでみたかった。」どこかにないか、極小の
文字。iPhoneを取り出し裏側に「Designed
by Apple in California」の文字を見つけ
る。読めた。そして知った。アップルがカリフ
ルニアにあることを

スタッフ・クレジットが 大好き!

アニメ編

もともとハードコアが好きだったという映像ディレクターの篠田利隆さん。
しかし、アニメやアイドルにハマり、今ではそういったカルチャーに
まつわる映像を制作するチーム「アマナ異次元」を率いる。自分に合った
アニメ作品を見つけるには、やはりクレジットをくまなく見るしかないようだ。

●文 藤巻創 ●写真 谷本 夏(studio track72)

映像ディレクター

篠田利隆

【しのだ・としたか】映像監督。アマナ異次元
所属。TrySoli、妄想キャリアレーション、竹
瀬彰彦、T.M.R.、私立恵比寿中学、REOL、
バンドじゃないもん!などを手がける。
url: <http://amanasijigen.com/>

—篠田さんはアニメ作品のクレジットって見たりしますか？

はい、見ます。すごい見ますね(笑)。

—それはどういうところを？

えっと、まずはアニメ作品そのもののクレジットではなく……「春アニメ」「夏アニメ」といった感じでこの先、放送されるアニメが発表されるじゃないですか。するとそれらの情報がまとめサイトに載るんですよ。で、表所収ではあるのですが、監督とシリーズ構成、どこのプロダクションが作るのか、どんな声優さんがやってたりするのかをそこに記載されているクレジットで知ることが出来ますよ。来季のアニメは何が熱いかというのを、そこで確認するという(笑)。

—情報として出てくるのは……

監督、シリーズ構成、脚本、キャラクターデザイン、声優、制作会社、などですかね。だいたいそんな感じでしょう。

—そこにある名前は、けっこう知っている人は多いのですか？

有名な方なら分かるのですが、意外と知らない方が多くて……。演出から監督になられたばかりの方などは僕はわからないですね。なので、半分以上はわからないかな。知らない方はそこからググったりして、「この監督は作画監督をやつてらしい！」というのがわかったら、その作品は作画を期待して見てみたいして。

—アニメ好きの方の見方ですね！そのほか、注目しているところは？

例えば声優さんとかでも、この監督とこの声優さんの組み合わせのときは、良いアニメが多いぞ！とかそういうのはありますね。

キャラクターデザインの落とし穴

—篠田さんにとって、キャラクターデザインの

情報は大切ですか？

もうキャラクターデザインはめちゃくちゃ大切ですね。でも、大好きすぎてキャラデザの落とし穴みたいなものもあって……。僕は開きアニメが好きなのに、絵に重点を置いて見たりするのですが、期待していたもののお話がつまなかったりすると……うお～～みたいな(笑)。

—リアリティのある話です(笑)。

逆にキャラクターデザイナーがあまり知らない人で、「誰なんだろう？これ」と調べて、最初はあまり好きじゃなかったのに、話が良かったりするとか、意外とハマっちゃったりとか。

昔はキャラクターデザインが好きだと内容とが関係なく見ていたときもあったんです。「キャラクターデザインが好きだから、内容はまあやどうでもいい」「このキャラが動いてればそれでいい」みたいな。でも、最近はちょっと冷静かもしれません(笑)。

—キャラクターデザインは自分の好みじゃないけど、見たらこれは面白くなってハマったのとかありますか？

最近だと、「けものフレンズ」がわかりやすすぎますけど(笑)。最初はよくわからなかったんですけど、まんまとはまって、いまはもう、キャラクターデザインもかわいいしとか思えます！

—制作会社というの、クレジットのチェックでは大切なんですか？

もちろんです。僕は「とある魔術の禁書目録」が大好きで、とりあえずこれを手がけていた制作会社「J.C.STAFF」が関わっているものは絶対に見ますね。

結局、そのアニメーション制作会社の人たちが発注してる原画さんや、作画監督の方だと思うのですが、J.C.STAFFの作品は原案のキャラクターが、動かすためのキャラクターデザインになった時に本当に魅力的に生まれ変わるな、と。

制作会社の名前と キャラクターデザインを見て 即録画を決定しました

どの作品を見ても、その変わり方にJ.C.STAFFらしさがあってたまらないんです。

—省略だったり、誇張だったり。

そうですね。まつげの感じとか、緑の色のつけ方とか、そういうところに共通点もあって。自分としては、とにかくキャラがもうドストライクというか。

今期でいうと、『スクールガールストライカーズ』とか、『リシャゲルからアニメになるのってどうなんだろうな？』というのはありつつ、キャラクターデザインを見て、これはJ.C.STAFFじゃないか？と思って、即録画みたいな(笑)。

—他に、制作会社で好きなのは？

期待してしまうのは、『シャフト』とか『A-1 Pictures』もそうですし、『ユフォーテーブル』なんかがやるようになった時は……僕は4月からの『活劇 刀剣乱舞』は、女性向けのものは普段あまり見ないのでもちやめちゃや楽しんでいますけど(笑)。ほかにも『京アニ』や



「夏アニメ」まとめサイトで
スタッフ・クレジットを
くまなく追っていく

アニメーション作品は 参加スタッフを切り口に 朝まで語れる

「TRIGGER」さんももちろん大好きです。

——なにかもう取材なのに、アニメ好きの友達の話も聞いているようです！

(笑)。結局、アニメを語るのって当たり前ですけどストーリーだけでなく、スタッフや制作会社視点だともうずっと朝まで話していられるという。

——でも、アニメ好きの人は本当にリテラシーが高いですね。

僕はオタクの中では浅い方だとは思いますが……もともとはロックオタクだったんですよ。ブラジルとか北欧のポリティカルハードコアのインチマニアでした。

アートワークがガリガリの自虐で嘲ったような感じで、メタルとかは骸骨とかだけど、ポリティカルハードコアのアートワークは次々かんです。悪そうなんだけど、犬が遠くを見ているみたいなビジュアルだったりとかして。そういうところが好きでした。

——そこへんを追いかけたりすると、アニメ

を追いかけるのは、自分の中では同じだったんですって？

同じですね(笑)。僕は今年で40になるんですけど、当時、ハードコアのテープを集めるのと、いま同人誌を手に入れたりするのは近いかもしれない。

「撮影」って何を撮影してるのか

——クレジットに語を戻しますが、意外だったクレジットとありますか？

アニメ作品での「撮影」というクレジットは、最初は本当によくわかりませんでした。わかったのは数年前、それも仕事で理解したという感じで……。私立恵比寿中学『梅』のミュージックビデオを監督したのですが、そこに2Dアニメーションを入れ込んで、初めて「撮影」という作業を間近で見ました。要は、昔はセル画を重ねて光のトーンとかを入れながら撮影していたのと同じことを、After Effectsでのコンポジット作業のときに行うので、そういう風に「撮影」って言うんだな、と。

——CMの世界と同じ名前だけど、微妙に異なる役割のものって他にありますか？

一番は「演出」ですね。

——アニメの演出は、実写の世界での「演出」とはまた違う感じがしますね。

アニメの演出は、自分にとってすごく特殊な仕事だと思っていた。そもそも監督がすべての絵コンテを描かない、描く時間がとれないからそんな役割が生まれたと思うんですよ。

テレビシリーズで毎週30分の番組を、全部監督が絵コンテを描いたら放送され始めるのが2年ごとかになっちゃいますよね。基本的にはア

ニメの世界では、コンテを専門に描く人がいて、それを演出さんが見て、監督の意向にあっているかどうかチェックをする。そのコンテからアングルとかを読み取って、作画監督に発注したりする。要は中継ぎとして演出さんがいるんです。

——いまはアニメの「演出」について伺いましたが、篠田さんがふだん活躍している実写の世界の「演出」とはだいぶ違いそうですね。

そうですね。実写だと演出っていうと企画演出とか、CMのプロダクションの監督がいるところから企画演出と言われているいたりとか、昔は「僕、演出家です」というような言い方をしていたのですが、最近、アニメ系の仕事も多くなってきたから、演出家って自分のことを言わなくなりましたよ。

——なんていうんですか？

監督って言うようにしています。アニメ業界の人に「演出です」って言うっちゃうと、その文脈での「演出」の人なんだなと思われちゃうと思って。

——その他に、クレジットを見てよくわからない役割とありましたか？

僕は実写の監督なんで、一番面白いと思ったのは、「色彩設定」というフロアがあることですね。キャラクターの色を「目中的光のときのパターン」「夕暮れの光のときのパターン」という風に、環境によるいくつかのパターンを先に決めてしまおう、それにびくくして、実写だと最後に色味を調整するので、本当に衝撃的でした。

オープニングの新しい潮流

——アニメのオープニングとかエンディングとかも注目したりします？

はい。アニメのオープニングで好きなのは、

わかっていそうで
よくわかっていなかった
「撮影」というクレジット

『ウィザード・バリスターズ〜弁護士セシル』。手がけたのは監督でもある梅津泰臣さん。この方は、すごいオープニングばかり手がけているんですよ。なんかいいなと思うと、梅津さん。僕の印象だと梅津さんは監督というイメージが強かったんですけど、原作、脚本、演出からキャラクターデザインまで手がけられるみたいですね。——梅津さんでほかに好きなオープニングはありますか？

『SHIROBAKO』ですか『幸福グラフィティ』などなど。なぜここまで興味があるのか。

それは、僕は実写でアイドルのミュージックビデオを撮ったりするのですが、構成をアニメのオープニングつばく考えて。だいたい1番のサビくらいがアニメのオープニングくらいの尺間なんですけど、その構成で考えることが多くて。なので、梅津さんが手がけるオープニングは、本当に参考にさせてもらっています。——影響を受けてと。

モーショングラフィックス界のクリエイターたちがEDに参加。当然クレジットに注目

自分はアニメではなく実写だから大丈夫って言い聞かせながら(笑)

あとは、おそ松さんのオープニングを作画監督やキャラクターデザインも行っている浅野直之さんがやられて。浅野さんは、ミュージックビデオの仕事では、自分の色も強く出されていて。おそ松さんのオープニングもちよっとシュ

ルで、デザイン的にも洒落ていましたよね。

洒落ているということ言えば、アニメのオープニングやエンディングは、モーショングラフィックス界の人が入ってきたりしてますよね。アニメ業界じゃないスタッフが仕事し始めている。そういう部分も、クレジットからチェックすると絶対に楽しいと思います！



スタッフ・クレジットが大好き！

音楽編

音楽ディレクターとして、スピッツなど数多くのバンドやミュージシャンを手がけてきた竹内修さん。コアな音楽ファンとしても知られる存在だ。

そんな竹内さんは音楽作品のスタッフ・クレジットをどのように眺めているのか。まずは竹内さんのクレジット道の入り口から話を伺った。

●文 編集部 ●写真 小室亜沙子

音楽ディレクター

竹内修

profile

【たけうち・おさむ】音楽ディレクター、プロデューサー。レコード・メーカー勤務を経て、2009年独立。1991年のメジャー・デビューから現在まで、ディレクターとしてスピッツに携わる。その他これまで担当した主なアーティストは、平沢 進、グルーヴ・アース、水室京介、BLANKEY JET CITY、レーベル「Teenage Symphony」（ダントウキ、bonobosなど）、東京カランコロン、さかいゆうなど。1983年新潟県生まれ。

—レコードとかを買い始めた頃、スタッフ・クレジットを見た覚えてありますか？

小学生とかの頃は、レコードを買ってもクレジットは見なかったですね。ほぼ歌詞しか見てなくて、クレジットを見るようになったのは高校に入ってからだと思います。

—そのきっかけは？

大滝詠一さんの『ロング・バケーション』を買ってからです。このアルバムが出たのが1981年なので、自分が高校2年生のとき。ここで明らかに音楽への接し方が変わりましたね。「この音楽、僕は大好きだ」と思ったのですが、同時にそれらの曲は「いったい何がどうなってるんだろ」と言えるものでした。それを解明したいと大滝さんのラジオを聴き始めたんです。

—「ゴー・ゴー・ナイアガラ」ですね。

そうです。ラジオ関東時代ではなく、1981年後

クレジットを見る
大きなきっかけとなった
大滝詠一『ロングバケーション』



半からTBSラジオで復活したの。この番組で大滝さんはさまざまな音楽をかけながら「この曲のプロデューサーは誰で、作詞作曲は誰で、何年だからこうで、どこそこのスタジオでレコーディングして、そのエンジニアがいいんだよ」というようなことを言うんです。ちよつと待て、と(笑)。そういうものを見方があるのかと思うので、そこから買ったレコードのクレジットを見るようになりました。

70年代のクレジット表記革命?

—レコードって昔からクレジットは記載されていたのでしょうか?

ロックやポップスだと、60年代にはプロデューサー、アレンジャー、コンダクターなどが載っていたことは多いと思います。レコーディング・エンジニアは入っていたりいなかったり。当時、エンジニアはレコード会社の社員がスタジオ所属の人です。そういった技術者のクレジットは、特に日本ではたいてい記載されていなかったはず。あとミュージシャンのクレジットもない。ミュージシャンも当時は黒子なんです。

—でも70年代に入ると、ミュージシャンのクレジットはそつと入るようになりますよね。それはなぜ?

パンクの時代が終わって、シンガーソングライターの時代になったというのは大きいのではないのでしょうか。

—それはどういうことですか?

シンガーソングライターの場合、この人が作った楽曲のようなメンバーで演奏したら売れるか、ということを考えるわけですよね。そういった部分が大切にされるに連れて、表に出すようになってきたのかな、と。だから、リスナーもそういう風にクレジットを見るようになりましたね。キャロル・キング、ジェイムス・テイラーのバック。その後も、AORやフュージョンのスタジオミュージシャンなど、具体的に言えば、スティーラー・ダン周辺のクレジットを見て、「あの人が参加してるんだ!」みたいなの。

—竹内さんともういった部分に興味を持つようになった?

いや、僕はそういったものは実はあまり興味がなくて。それよりも詞と曲、そのアレンジとトータルプロデュースみたいなところに行きたいです。誰が弾いてるとかいうのを知って、「おお〜」みたいと思ったらそこまではしないんです(笑)。

シンガーソングライターの スタッフ・クレジットは バラエティ豊か

作曲者のクレジットに注目

—そういった部分で、クレジットを見て楽しいアルバムを教えてください。

アデルの『25』。一曲ずつそれぞれ、作曲、サウンドプロデューサー、ミュージシャンなどが記載されています。バンドだと基本、どの楽曲も参加している人が同じなので、このように楽曲ごとにクレジットが記載されませんよね。

—クレジットを見てまず気付くことは?

今どきのイギリスで活動しているシンガーの曲って「co write」、つまり共作しているものが多い。このアルバムも同様ですよね。ワン・ダイレクションなどもそうですね。マスを狙うものって、一人で書いている曲ってほとんどなくて、イギリス、アメリカ、スウェーデンなど国を超えて合作しているものもふつう。絶対にヒットさせるため、そうやってクオリティを上げていく。なので、作者名クレジットは見るということかな、と。

—(クレジットを眺めながら)このアルバムの作者とかは、意外と知られている人たちののでしょうか?

アデルと数曲を共作し、プロデューサーもしているグレッグ・カースティンは、ザ・バード・アンド・ザ・ビーという男女2人ユニットの片方です……。

—え!? ザ・バード・アンド・ザ・ビーの人なんですか? まだ活動してたんですね。

—そ、そうですね……(と、完全に質問者の不動強さが露呈)。その他にもトバイアス・ジェッツ・Jrというカナ

ダの旬なシンガーソングライターや、ライアン・ケダーというアメリカの……(と、しばらく作曲やサウンドプロデューサーのクレジットを見ながらお話を伺っています)。

—なるほど……作曲家のクレジットを読み解くだけで世界が広がります。

それだけでなく、曲によってエンジニアや参加ミュージシャンも異なる。ソロシンガーだと、アルバムの中でいろんな色を出しているし、自由度が高いな、と改めて感じます。こういうアルバムは聴いて「この曲は他の曲とニュアンスが違うな」と思ったりしたとき、クレジットを見ると納得することが多々あると思いますよ。

—レコーディングエンジニア、ミキシングエンジニアも楽曲ごとに記載されていますね。エンジニアは大切なのでしょうか?

超大切ですね。アデルのこのアルバムの、トム・エムハーストがミキシングを主にやっているとありますが……(クレジットを眺めて)やっぱりそうですね。

—ここら辺のエンジニアリングは何をやっているのか、音楽に詳しくない方でも分かるように解説をお願いします。

マルチトラックレコーディングの話すればわかりやすいかな。えっと……昔は演奏者がみんな集まって、セーで演奏してそれを録っていたんですね。その後、マルチトラックという複数のトラックがあるテープでのレコーディングが行われるようになったんです。単純化して説明すると、ドラム、ベース、ギター、ボーカルなどを別々のトラックで録ることが可能になった。

そうすると、セーで録音しなくても別々で各パートの演奏を録ることが出来るようになったんです。もうひとつの変化として、録音した後に、それぞれのパートをどれぐらいの音圧バランスで、どういう音質に加工してミックスするかも自

70年代以降 エンジニアの重要性が 増していく時代に

在になりました。

——当たり前のようでいて、その変化は録音史において大きそうですね。

そうですね。で、マルチトラックレコーディングでなかった時代は、先程もお話したようにエンジニアが軽んじられがちでした。でも時代を経るに従って、チャンネル数も8、16、32と増えていき、いまみたいなハードディスクレコーディングの時代だとチャンネル数はほぼ無限。だから70年代以降、エンジニアリングの重要性が増していったんです。レコーディングエンジニアが音をどう録り、ミキシングエンジニアがどう処理するかが要になっているんです。

クレジットで分かる賢い作り

——今回は注目のシンガーソングライターであり、キーボーディストでもある、さかいゆうさんのアルバム『4YU』をお持ちいただいています。

これは、自分がディレクションで関わったアルバムなんです。

——（スリーブ内のクレジットを見ながら）え！さかいゆうってベースも弾くんですか？

すごいまいんです？（笑）。

——クレジットを見ると、本当に発見がある……。とそんなところも気になりつつ、基本、楽曲によって参加ミュージシャンがバラバラなんです。

そうですね。曲ごとに「これは誰のアレンジでやろうか」「どういうミュージシャンにお願いしようか」といったことを、さかいゆうさんとやりとりしながら作っていきました。結果、さまざまなサウンドプロデューサーやミュージシャンが参加して、スリーブ内の各楽曲の歌詞のところに書かれたクレジットを見れば、いままじい賢い作りになっているのわかんると思います。

——ドラマであらきゆうこさんと玉田豊夢さん、

ベースに根岸孝旨さんと種子田 健さんなどそうそうたるミュージシャンが参加されています。

若手では関西在住のトラックメイカー、Avec Avec（アベックアベック）もサウンドプロデューサーを担当しています。彼の場合は完璧に打ち込みなので、そこにさかいゆうさんのアイデアで生の演奏を加えたりしますね。

音楽を聴いて「この曲が好きだ！でもなんですか？」というヒントはクレジットにあると思うのでぜひ見ていただきたいな、と。その理由がプロデューサーなのか、もしくはギタリストが自分の好みだったからなのか、などが見えてくる。自分はやっぱり打ち込みが好きなんだ、みたいな発見もあるかもしれません。好きな曲があったとき、その理由は詞やメロディだけではなく、いろんなところにあったりするんですよね。

——しかし、こういったバラエティ豊かな参加者に支えられたアルバムをハンドリングするのは大変そうですね。

そうですね（笑）。まず、スケジュールをハンドリングするのが大変。さらに予算をコントロールするのも大変です。とはいえ、ソロのシンガーをディレクションするときは基本的に一人のサウンドプロデューサーと組んでやるというのは避けるようにしているんです。作る曲がバラエティーに

富んでいるシンガーだと、曲ごとに合ったことをやらないと意味がない。

ただしそういう場合、短点を1個決めるんですよ。そうでないとどこかバラバラで散漫な印象になってしまうので。このアルバムでは、ミキシングエンジニアは全曲同じ人になっています。

——（クレジットを見ながら）本当だ。「佐藤宏明（moimol）」という方ですね。

そうでなかったら、例えばレコーディングスタジオを同じところにするとか。そういうことができなかった場合は、もうマスタリングエンジニアの方量に任せるしかない（笑）。

デコボコを整えるマスタリング作業

——いま話に出たマスタリングエンジニアですが、それはレコーディングやミキシングの先の何かなのでしょう？

そうですね。ミキシングエンジニアによってまとめられた曲データをCDに落とし込む最終工程を担うエンジニアです。

分かりやすく言うと、アデルみたいに複数のエンジニア、プロデューサーが関わっている11曲を1枚のアルバムにまとめようとする、音の質感やバランスなどがけっこう違うんです。そのままだと、アルバムを通して聞けないくらいデコボコ。これをイコライザやコンプといった機材を使って心地よい聴感に最終的に整えるのがマスタリングエンジニアなんです。

——マスタリングという工程はものすごく重要視されますが、今の話だけ聞くと音景バランスを整えるぐらいの感じですね。

いや、ものすごく重要なんです。こういう言い方が正しいのかわかりませんが、ミキシングの作業までは「音楽」の範疇なんです。ここまでは豊かで広い範囲で録られた音のデータが残され

好きな曲があったとき
その理由は
メロディや詞だけではない

ている。それをCDという容量の狭いメディアに落とし込まないといけない。でも、聴感上は広い音場で鳴っているように仕上げる。それがマスタリングという作業で、これは「音質」の範疇という感じが個人的にはします。ここに力を入れているかどうかは、聴けば一発でわかります。

——マスタリングエンジニアで有名な人はどういう方がいらっしゃるんですか？

例えばトム・コリン。ニューヨークにスターリング・サウンドという有名なマスタリングスタジオがあって、日本のミュージシャンもお願いすることが多いです。

——ちなみにさかいゆうさんの『4YU』のマスタリングは（クレジットを見る）「バーニー・グラッドマンマスタリング」というスタジオの山崎 翼さんが手がけてます。

ロスアンゼルスに本社がある、バーニー・グラッドマンという人が始めたマスタリングスタジオなんですが、そこで修行していた前田康二さんという人が日本法人を任されています。アメリカンスタイルを取り入れたスタジオというから。前田さんによって、日本のマスタリングの水準が随分変わったんじゃないかと思います。

前田さんが日本で活躍し始めたのは、エポックメイキングなことでした。90年代に入って音圧競争が始まるわけです。その中で前田さんが最先端な存在でした。例えば椎名林檎さんの初期のヒットは、プロデューサーの亀田誠治さん、レコーディング&ミキシングエンジニアの井上うにさん、そしてマスタリングエンジニアの前田さんが支えていたと言えると思うんです。コンプがかかったものすごい音圧。あれは衝撃的

だった。時代を象徴していた音です。

さまざまな盤のクレジットを見てみる

——クレジットを見ていてだけで、いろんなものが浮かび上がってきますね。

そうですね。ただ、浮かび上がらせるにはいろんな盤のクレジットを見ないとわからないので、自分が持っているのはひっくり返して見てみるのをお勧めします。そこで意外な共通項を発見すると、「おお！これか〜？」みたいな（笑）。

とはいえ、昨今は打ち込みが多くて、クレジットがあまりおもしろくなってきて。スタジオを使わないで音楽を作れるようになってきたのがその理由でしょう。昔はスタジオによってエンジニアも変わって、ミュージシャンも違う。それをクレジットで見てもなるほどと味わったり（笑）。あとは年代によってそのアーティストがどう変動してきたかというのも、クレジットを追っていくことによってわかるし。ぜひそういう角度でクレジットを見てみていただきたいですね。

さまざまな盤をひっくり返し
クレジットを眺めると
いろんなものが見えてくる



映画の

スタッフ・クレジットから
読み解けるもの

● 映画スタッフ・クレジット マッドマックス 怒りのデス・ロード

映像作品の中でも、特に映画はスタッフクレジットが多く、エンディングでは出演者の他、スタッフのクレジットが数分に渡ってエンドロールで流れるのはおなじみの光景。その膨大な人数からは改めて映画の規模の大きさを感じさせられるだろう。そんな映画のスタッフクレジットには、世間に広く知られた職業から、耳なじみがなくても作品に大きく左右する重要な役割まで多様だ。また、そんなスタッフクレジットを紐解いていけば、作品をより深く理解し、映画製作の流れも把握することができたらう。

● 文 園集紹



「マッドマックス 怒りのデス・ロード」

近未来の砂漠。女刑官フュリオサは、資源と水を独占して民衆を支配するイマートン・ジューの元から脱した「真実者」を連れて脱走を回す。一匹狼マックスはフュリオサの戦いを手繰りながら自らの人間性を回復してゆく。

製作年: 2015(米)
監督・脚本・製作: ジョージ・ミラー
主演: トム・ハーディー
ワナー・ブラザーズ ホームエンターテインメント
BD: 2,671円、DVD: 1,549円



staff credit

『マッドマックス 怒りのデス・ロード』のスタッフ・クレジット

監修・脚本・原作
ジョージ・ミラー

脚本
ブレンダン・マッカーシー
ニコ・ラソウリス

製作
ダグ・ミッシェル
P・J・ボーテン

第1助監督
P・J・ボーテン

製作総指揮
イアイン・スミス
クリス・デファリア
コートニー・バレンティ
グレアム・パーク
ブルース・バーマン
スティーブン・ムニューチン

撮影
ジョン・ケール

美術
コリン・ギブソン

服装
マーガレット・シクセル

音楽
トム・ホルゲンボルフ

衣装
ジェニー・ビーバン

ヘアメイク
レスリー・バンダーワルト

第2助監督・スタント・コーディネーター兼筋
ガイ・ノリス

視覚効果監督
アンドリュー・ジャクソン

車載デザイナー
PETER POUND

コンセプトデザイン
BRENDAN McCARTHY

装コンテ
MARK SEXTON

カラーコレクション
ERIC WHIPP

会計
ALISTAIR JENKINS

監査
CHRIS JENKINS
GREGG RUDLOFF

キャスティング
RONNA KRESS
NIKKI BARRETT

スチール
JASIN BOLAND

技斗
GREG VAN BORSSUM

スタント車載
MARK McKINLEY

美術監督
RICHARD HOBBS

編集(現場)
GEORGE ZAMMIT

特殊メイク
DAMIAN MARTIN

ダミー人形(特殊メイク)
CLINTON AIDEN SMITH

武器
LANCE PETERS

衣装
MARK GUFFOGG

セット算進(アフリカ)
BRENDAN SMITHERS

特撮
ADAM KUIPER

ロケーションマネージャー
SIMON CROOK

トランスポートマネージャー
HENRY DRAY

プロダクションコーディネーター
RACHAEL GILL

製作
ビレッジ・ロードショー・ピクチャーズ
ラットバック=デューン・エンターテインメント

配給
ワーナー・ブラザーズ

※『マッドマックス 怒りのデス・ロード』のスタッフクレジットから一部抜粋

staff credit

第二班監督

映画では監督が現場にいる撮影班とは別に、第二班や第三班を設けることがあります。これは、例えば映画の規模が大きい場合や、空撮や水中、一部海外での撮影が必要な場合など、特殊な撮影が必要になったときに、監督とその撮影班がすべての現場に向かうのは物理的に不可能なので、別の撮影班を設けて撮影するという。その他、ドラマシーンとアクションシーンを分けて、どちらかを第二班で撮ることもありますね。つまり、第二班の現場で監督の役割を担うのが、第二班監督となるので、そこには第二班の助監督もいます。英語表記は「SECOND UNIT DIRECTOR」。

staff credit

製作総指揮

製作総指揮は作品によってもいろいろと役割や仕事の内容が変わってくるので、一概にはいえないのですが、映画の製作資金を集める際に、その人物のクレジットがあると信用を得られるといったように、巨額の資金を動かせる人物が製作総指揮に名を連ねていることが多いですね。または巨額の資金を出してもらえだけの信用がある人物ともいえます。出版社でいうところの発行人のようなポジション。資金を含めて映画の製作を仕切る立場です。「マッド〜」も製作総指揮は連名になっています。英語表記は「EXECUTIVE PRODUCER」。

staff credit

撮影

撮影とは、カメラで撮影を行う役割、カメラマンを指します。カメラマンは当然撮影の技術や知識が豊富なので、監督の意向を汲み取ってどういった画を撮って、どれぐらいのビントでどれぐらい画に収まっているか良いのかを考えて撮影をするクリエイティブな仕事でもあるので、これも映画の制作においては重要な役割を担っています。撮影と照明のクルーが分かれているかどうかは現場によってさまざま。英語表記は「CAMERA OPERATOR」。撮影監督は英語では「DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY」、略称でDPとよくいわれますが、これは例えば「マッド〜」などのハリウッド大作になると、1シーンにつき相当数のカメラを使って撮影するので、その撮影を取りまとめたり、映画の面作りに責任をもつ人物のことを指します。

staff credit

スチール

映画撮影を行うカメラマンや撮影クルーとは別に、スチールと呼ばれる映画が出来た後の宣伝用の写真を撮るカメラマンも現場にはいて、スチールフォトグラファー／スチールカメラマンといえます。撮影の合間に、スチールフォトグラファーがずっと写真を撮っていることなどはよくありますね。撮影現場で役者を撮った写真はスチールフォトグラファーによるものです。現在はデジタルでの撮影が全盛ですので、デジタルシネマの一コマを抜き出し拡大して宣伝用に使うことも増えています。ただ、当然スチール写真

の方が優っていることも多々あって、スチールをないがしろにしていると、プロモーションの際、良いビジュアル素材がないという事態に陥ってしまうため、映画のプロモーションにおいて大きな役割を担います。英語表記は「STILLS PHOTOGRAPHER」。

staff credit

美術

美術の仕事も多岐にわたるのですが、「映画に映るものの色や形を決める」のが美術の仕事とってよいでしょう。セットデザインはもちろん、大道具や時には小道具まで統括する場合もあります。また、例えば年代ものの映画の場合、その年代と整合性がある環境を作るのも美術の大事な仕事ですし、もちろんロケーションの選定にも関わりますが、その場所をさらにデコレーションして作品のイメージに近づけるといったことも行います。当然、衣装やヘアメイク、特殊撮影とのやりとりもそこには含まれます。英語表記は「PRODUCTION DESIGNER」。

staff credit

編集

編集は、撮影した映像を切って繋ぐ作業を行う部門です。映画というのはモンタージュですから、撮影した素材のどこを切つてどう繋げるかによってシーンの意味合いは全く異なってきますし、編集によって映画のテンポや見え方、流れはまるで変わってきます。編集が一番大事なものは、このテンポを決めるという作業ではないでしょうか。だから、同じ画を使っても編集次第で良くも悪くもなります。編集作業は監督が行うこともありますが、編集のプロに任せ方が良い面もあります。現場にいる人間だと撮影の苦勞を体験しているのでも、そうしたシーンをなかなか切ることができないでも、基本的に編集は現場には来ないので、撮影されたシーンの良い悪いだけで純粋に判断してどんな編集作業を行うため、作品的にはその方が魅力的になることというのは、よくあるんです。英語表記は「EDITOR」。

staff credit

カラーコレクション／カラーリスト

撮影した映像の色調を調整して、映像のルック（見栄え）を決めるのがカラーコレクション／カラーリストです。Photoshopの色調補正を映像において行っているようなイメージですね。大抵は編集後の映像に対して行われます。例えば、別日にとった映像を繋ぎあっているように色調補正したり、画面の色味で登場人物の感情を表現するなど、カラーコレクションもなくてはならない仕事です。また、現在の映画作りではカラーコレクションの技術がものすごく上がってきているという傾向もあります。ただし、撮影後にいくらでも映像の雰囲気を変えることができるようになったとはいっても、やはり元の画の豊かさ・完成度の高さというのがなにより重要であることに変わりはありません。

ちなみに昔はカラーコレクションは「タイミング」といって、フィルムで撮影していた時代は映像する際に、露光時間を調節することで色味を調整していたのでそう呼ばれていました。英語表記は「COLOR CORRECTION」「COLOURIST」。

音楽

映画に音楽をつける仕事ですが、音楽は人の感情を動かす要素として大きな割合を占めるので、映画の演出では大事な要素です。制作手順は作品によりけりですが、音楽を制作する場合によくあるパターンは、テンポ・ミュージックという仮の音を映像に付けておいて、音楽監督は後からそれを元に作り直すといった流れ。また、映像がすべて出来た後に映像を渡して、それに合うように音楽を制作してもらうというパターンも。その他、既存の音楽をそのまま採用することもあります。英語表記は「MUSIC COMPOSER」。なお映画で流れる効果音は、フォーリーという効果音製作の専門の役割がありますので、ここの音楽とは別です。

衣装

衣装は役者が撮影で着るものを制作したり採り決めていくという役割です。その映画の時代設定に合う衣類を選ぶといった作品との整合性を求められるのはもちろんですが、主人公をはじめとした登場人物の感情を表現する役割なども。他にもキャラクターの特徴や性格、そして衣装一つでどういう社会的地位なのかといった情報まで示しています。だから、作品を通じて主人公の衣装の変化を見ていくと面白くて、そこには感情の流れが隠されているということがよくあるんです。英語表記は「COSTUME DESIGNER」。なお、『マッド〜』の場合は、印象的なマスクや甲冑などが登場しますが、これらは衣装とはまた別の部門の職人が手がけています。

ヘアメイク

衣装と同様に、役者の見栄えを作ることでそのキャラクターがどういう人となりのかを表現する仕事です。ヘアメイクは化粧や髪型を主に担当しています。髪型やまゆげの形、白髪を隠す人物かそうでないかといったようにキャラクターの個性を表したり、顔色で体調の違いを表現したりしています。英語表記は「HAIR AND MAKEUP DESIGNER」。なお、『マッド〜』では、皮膚に傷をつけて模様を残すスカリフィケーションが刻印されたキャラクターが登場しますが、これはヘアメイクが手がけているわけではなく、特殊メイクというまた別の担当の仕事となります。

特殊効果

一般的な撮影では撮れない画を作るのが特殊効果の仕事となります。SFX(SPECIAL EFFECTS)のこと。これは例えばミニチュアや特殊メイク、爆発、被弾して血が吹き出すシーンなど、現場での特殊な撮影による効果を指しています。英語表記は「SPECIAL EFFECTS」。

視覚効果

SFX同様、通常の撮影では撮ることができない画を作成する表現手法のうち、現場での特殊な撮影による効果を抜きにして、実際に撮影された映像とPCなどのデジタル処理を合成することをVFX(VISUAL EFFECTS)、視覚効果といいます。また、よく耳にするCGIというのはコンピュータによって生成された画像のことなので、CGIの映像と現場で撮った映像を合成する加工はVFXとなります。ただし、現在ではそれぞれの技術が混ざった特殊な表現がかなり増えていますので、厳密には区別し難くなっています。『マッド〜』でも視覚効果は多様されていますね。砂嵐であったり、車の処理だったり、砂漠の景色なども相当加工されています。英語表記は「VISUAL EFFECTS」。

コンセプト・アート

脚本から絵コンテにする前に、まずは映画の世界観を表現した一枚絵、プロダクション・スケッチをいくつかシーンごとに描いていくのですが、これを描くのがコンセプト・アーティストです。プロダクション・スケッチは映画のイメージを共有する指針となるイラストなので、絵コンテなどのベースにもなります。なお、『マッド〜』の場合は車のデザインなども非常に重要な役割を占めるので特殊な進捗となっていて、脚本とプロダクション・スケッチ、絵コンテの作業が平行して行われ、それぞれ影響しながら制作が進められました。英語表記は「CONCEPT ART」。

ポスト・プロダクション・スーパーバイザー

撮影が終わったあとに映画が公開されるまでを統括するのが、ポスト・プロダクション・スーパーバイザーです。例えば、編集や録音、追加撮影が必要になればその調整、カラー・コレクション、特殊効果などの段取り、そして試写の会場確保や、法律関係をクリアにしたり。さらに映画館にどうやって配給するのかといったことなども扱う役割となります。英語表記は「POST PRODUCTION SUPERVISOR」。

製作／配給

映画が完成するところまでを取り持つ会社を製作会社といいます。配給会社は、完成した映画を公開する会社のことをいいます。公開するというのは、映画館での公開はもちろん、販売会社が別に入ることもあります。基本はDVDやBlu-rayの販売、海外での販売なども配給会社の仕事となります。映画の場合は製品を作るところまでと、それをどう発表していくかというのが別なので、このように分かれているということです。もちろんどちらも行う会社もあります。インディペンデント映画などは、作品を作ってしまうから配給会社を探すということもよく行われています。英語表記は「FILM PRODUCTION」「FILM DISTRIBUTION」。



magazine

雑誌の

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

参考スタッフ・クレジット Maybe!

普段、愛読していたり、よく目にしてる雑誌のクレジットを見て、「編集」「デザイン」くらいはなんとなく想像がついても、それ以外のスタッフは、実際のところよく把握をしていないという人は少なくないはず。今回はユニークな視点で、リアルなテーマに切り込んでいく雑誌「Maybe!」のクレジットを参考に、一冊の雑誌ができるまでに具体的にどのような役割の人が関わっているのかを紹介する。

●文 編集部 ●写真 谷本 夏 [studio track72]



Maybe! [メイビー]

信用ならない情報社会を生きる好奇心旺盛なカルチャー好きの読者へ向け、これが世の中の真実だと思われることを符号特集テーマに合わせて、調査、考案して発信する。年2回発行の新感覚ファッション・カルチャー雑誌。



staff credit

『Maybe!』のスタッフ・クレジット

原行人

柏原 順次

原行所

株式会社 小学館

印刷所

共同印刷株式会社

製本所

株式会社 若林製本工場

デザイン

川名 潤

五十嵐 由美

桑山 隼人

吉田 隼人

梅崎 彩世

(以上prigraphics)

編集

小林 由佳

濱谷 桐子

金城 小百合

中山 夏美

上野 真由香

阿部 洋子

中山 正羅

大蔵 百合

森原 早苗

小菅 凌

辻 宜克

脇 知佳

編集協力

松島 本幸

金井 美利絵

広告

濱谷 桐子

梅田 誠

山脇 祐太郎

販売

根家 大泉

編集

島田 由紀

制作

遠山 礼子

編集

浦城 朋子

制作企画

直尾 裕子

校正

美秋アートセンター

校閲

小学館クリエイティブセンター

小学館クリエイティブ

印刷進行

小林 広貴(共同印刷株式会社)

Maybel!の編集者に聞く 雑誌のスタッフ・クレジットの見方

専任スタッフ・クレジット Maybel!

magazine
雑誌

毎号、読み応えのある切り口や斬新な視点で、「進路」「恋愛」「普通」といったリアルなテーマにフォーカスしていく、ファッション・カルチャー雑誌「Maybel!」(小学館刊)。2015年に前身「This!」が話題になり、各方面にファンを増やしている同雑誌は、小学館内のそれぞれ異なる部署に所属する3人の

編集者を中心に、外部のスタッフを交えながら「編集部を持たない」というユニークな形態で発行をしている。そんな遊び心溢れる雑誌・Maybel!がどのようなスタッフが関わって作られているのか、編集を担当している小学館の小林由佳さんと、金城小百合さんにお話を聞いた。

話を聞いた人

「こはやし・ゆか」山と深谷社を経て2007年小学館入社。児童学習局 図鑑百科編集部所属。主な担当書籍に、『あたらしいあかんのむかた』『おじさん図鑑』(以上、小学館)など。

「さんじょう・せり」秋田書店を経て2014年小学館入社。第三セクター ビッグコミックス・ピクセル編集部所属。主な担当漫画に、花沢健児『アイム・アヒーロー』、池田美『プリセセズメン』(以上、小学館)など。

staff credit

発行人

発行人は、基本的に雑誌の内容を超えるレベルの、編集長でも責任を負えないような各出版物そのものの責任を担う人のことです。Maybelは、私(小林さん)が所属している小学館児童学習局から出版しているの、その部署のチーフプロデューサーを「発行人」としています。

staff credit

発行所

発行所は基本的に、雑誌を出版している会社のこと。Maybelの発行所のクレジットは小学館。雑誌によっては「発行所」の他に「発売元」もクレジットされていることもあります。自社の力だけでは書店に広く行き渡らないと判断した出版社は、別の会社に「発売元」という形で販売や流通のルート確保を任せ、出版社と書店をつなげてもらう場合もあります。

staff credit

印刷所

その名のとおり、印刷をしているところです。ただ、数ある印刷所からどこを選ぶかは大切です。Maybelの印刷所を共同印刷に決めたのは、営業担当が、テキパキと動いてくれる、時間に余裕がないスケジュールでも現場に交渉したりしてくれる、すごく信頼できる方だったからです。そして、印刷のクオリティやコスト面のことを加味しても、全体的にバランスがとれているのも理由として大きいですね。例えば、図鑑だったら、何年もの間、色や精度はそこまで良くなかったり……どこを選ぶかは、目的と印刷所の特徴によって大きく変わってきますね。

staff credit

製本所

印刷したものを本の形に綴じ合わせる場所が製本所です。本来であれば、印刷所でも製本までお願いをすることができ、その方が短期期ではあるのですが……Maybelの場合は印刷所と製本所が別です。小学館と付き合いのある製本所をお願いをしています。スケジュールが厳しい時、ここを一本化して時間を短縮するというよりは、こちらの制作のスケジュールを見直そうという気持ちでやっています。

staff credit

デザイン

写真やイラスト、本文など、記事と必要な要素をレイアウトとして組み、デザインをしてもらう役割のことで、Maybelは、川名 潤さんをはじめとしたデザイン事務所のprigraphicsのスタッフの方が担当をしています。

川名さんにはデザインをお願いしたきっかけは、私たちがMaybelの前身「This!」を立ち上げようとしていた時、ちょうどTwitterで川名さんが「雑誌がすごい好きなのに、もう面白いデザインをできる雑誌がない」と書いてたのを見て、川名さんが求めているものってまさにThis!のような雑誌なんじゃないかと思ったからです。

記事によっては、仕上がるのに時間がかかるものもあって、入稿に間に合うかどうか気が重くなるんですけど、もうギリギリになっても気が済むまでとことんやるのが、Maybelという場所だし、川名さん自身も楽しんでデザインをしてくださっているの、でお願いできてすごく良かったと思っています。

川名さんは雑誌全体のデザインの方向性をディレクションしているのですが、初めは「アートディレクター」として、クレジットに加えていたのですが、レイアウトが上ってきたものは「デザイン」に変わっていたので、川名さんの意向を汲んで表記はそのままにしています。

staff credit

編集

編集は雑誌のそのものの内容や構成を考えたり、記事を書いたり、ディレクションをする人のことです。小学館のそれぞれ別の部署にいる、編集者の私（小林さん）と金城、Maybelでは広告兼業しているの濱谷梢子の3人が中心となって作っていますが、普段の仕事とは別途に、小学館内や外部からスタッフが寄り集まって作っているの、基本的に編集部という形態はないんです。外部のスタッフでは、前身のThis!の時から担当してもらっているフリーのライターに加えて、Maybelでは持ち込みや募集とかで同い合わせをくれたことがきっかけで参加をしているスタッフも多いですね。

各ページの企画も社員とフリーのスタッフの間にはっきりとした境界を設けず作っているの、クレジットの名前の順番は内外を問わず、手がけたページの割合順になっています。なんというかMaybelは「遊び場」の感覚で作っているから、スタッフにはそれぞれの持ち場で自分がいいたいものを、責任編集制で手がけてもらいたい。だから、各企画の精査みたいなものも基本的にしないですね。

あと他の雑誌には大抵ある「編集長」の記載がないのは、小学館の制度的な理由があるんです。私（小林さん）がMaybelの実質的な編集長ということになるのですが、役職が小学館児童学習局という部署のまだ「デスク」という肩書きだから「編集長」とは名乗れないんです。だから「編集」というクレジットになっています。

staff credit

編集協力

雑誌のクレジットでこの「編集協力」はよく見ますが、編集補佐のような人です。Maybelの場合は、インタビューのテープ起こしをしてもらったり、住所や電話番号、クレジットの確認をしてもらったりする人のこと。「編集」とは違って、インタビューに行ったり、記事を書いたりというようなことは担当していません。

staff credit

広告

広告は雑誌に広告やタイアップ記事を掲載してもらえる広告主を探したり、提案して広告費を獲得する人のことです。Maybelでは、編集の濱谷が主に広告も兼任もしているのですが、彼女はMaybelの記事の内容と合うクライアントを探したり、広告の提案するのが得意で、才能がすごくあるんです。例えば、漫画家の今日マチ子さんや『おそ松さん』のキャラクターデザインを手がけた、アニメーターの渡野直之さんが描き下ろしたカロリーメイトのタイアップ広告は濱谷のアイデアで、クライアントさんがどういふものを提案すれば、喜んでくれるかを察知する能力がとても高い。なので、濱谷のおかげでMaybelに広告を入れてもらえて、発行できているといっても、過言ではないんです（笑）。

staff credit

販売

販売は書店や取次店に「こんな雑誌が出るからお願いします」と営業したり、店頭でちゃんとPRしてもらるようにポップとかポスターを渡し、売り込みをする人のことです。また、毎号の発行部数、重版の決断をします。やっぱり雑誌はなるべく多くの書店に置いてもらって見てもらうことが、売り上げにつながるということで、大切な役割ですね。

staff credit

宣伝

宣伝は、Maybelの場合は、最新情報を告知したりするために編集部が作ったプレスリリースの配信をしてもらったり、ウェブの情報の管理をする人のことです。広報の窓口といった感じでしょうか。たくさんの人にMaybelのことを知ってもらうために欠かせない役割です。

制作

制作は印刷所や製本所へのやりとりや、印刷費の交渉とか印刷の段取り、納期のスケジュールの管理をしている人ですね。例えば、印刷会社から何日で刷り終わるので、製本所に何時に納品するとか、何日までには間に合わせて欲しいとか。印刷周りの管理とその進行という感じでしょうか。

資材

資材は印刷する紙はどれを使うとか、印刷の方法はどうするのかを提案したり、紙の発注をする人ですね。例えば、Maybelのvol.1の時は手で持ったときに、ちょっと重く感じたので、vol.2ではもう一段階軽くしたいので、紙の斤量を減らすか、紙の種類を変えるかを提案してもらったり。あとは表紙の加工の方法を、デザイナーさんに提案したりしています。

制作企画

制作企画というのは雑誌そのものの原価計算の設計を出す人です。編集が考えた売り上げ部数と編集予算を出したときに、どれくらい売り上げれば黒字になるかとか……例えば、この号は売れると思うので、その場合いくらプラスになるかとか、逆に前号より売れないと思うので編集費も減らす分、部数はどれくらい出せるかとか、おおよその見積もりを出してくれ。そこから編集と資材の人が予算に見合った印刷方法や紙を選び、制作の人に印刷所や製本所に交渉をお願いするといった感じですね。

校正

校正は一般的には原稿の内容と印刷物を見比べ、誤字や脱字、誤植がないかどうかを調べる役割ですね。また表記に各出版社や媒体のルールがあれば、それに伴った正しいものが入っているかの確認もします。基本的にMaybelの校正と校閲は小学館のグループ会社である小学館クリエイティブが担当しているのですが、時間が何日かかるので、タイアップのページなどスケジュールに余裕がない時は、外部の春秋アートセンターにお願いをしています。表記上「校正」なのは、他の雑誌の表記にならっています。

校閲

校閲は記事の文章を読み込んで、内容に矛盾がないか、差別的な表現や、誤った表現をしていないかを確認することです。本文の内容を読者に正しく伝えるために、なくてはならない工程です。

印刷進行

「印刷進行」は、他の雑誌だと印刷所の色調の責任者である「プリンティングディレクター」という表記になっている場合もありますね。Maybelでは、共同印刷の営業の方を「印刷進行」という形でクレジットしています。





巫人ちゃんは語りたい

神羅やおとぎ話のモチーフにもなっている巫人。迫害の歴史もあったが、近年はそれも歴史と認められるようになった現在。美く巫人との交流を望んでいた高校の生物教師、高橋鉄男だが、新学期になり彼の前に巫人の生徒や新人教師が現れる。そんな巫人との交流を描いた学園ファンタジーのシリーズアニメ作品。TOKYO MX TV、MBS、BS11、群馬テレビ、とちぎテレビにて放送中。

アニメの スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

参考スタッフ・クレジット 亜人ちゃんは語りたい

アニメーションは制作の分業制が進んでいる。スタッフ・クレジットを見ると、コアなアニメファンはそれぞれどのような役割を果たしているのか想像がつくと思うが、逆にそれ以外の人たちはまったくその仕事内容を把握できていないのではないだろうか。

ここでは、好評放送中のアニメ作品「亜人ちゃんは語りたい」を参考に、現在のTVシリーズにおいてどのようなスタッフのクレジットがあるのか詳しく見ていく。

文：種家 節



staff credit

『亜人ちゃんは語りたい』（第1話）のスタッフ・クレジット

原作
ベトス
（講談社「ヤングマガジンサード」
連載）

企画
渡上敬宏
吉野 浩
松井宏記
藤原大助

シリーズ監修・脚本
吉田たか志

キャラクターデザイン・脚本原案
川上哲也

監修監修
野生真文
色彩設計
赤間三佐子

プロップデザイン
たかはしゆう

撮影監督
島脇洋平
CG監修
風須馬司

編集
西山 茂

編集
横山 克

音楽制作
アニプレックス

音楽監修
明田川 仁

音楽監修
和田 昌也

音楽監修
松原信洋

オープニングテーマ
「オリジナル」
TrySail

作词 藤田淳至
作曲 中田 ミト（クラムボン）
（アニプレックス）

エグゼクティブプロデューサー
篠原太朗
松下山也

チーフプロデューサー
豊島隆男
立石肇介

プロデューサー
小田嶋成美
経澤奈津子

アシソニエイトプロデューサー
神宮司 学
岩下由香

ヤングマガジン監修
栗田宏壽
安友 智

制作監修
清水謙之
岩田新宏

アニメーションプロデューサー
藤部匠 重

制作
A-1 Pictures

監修
安藤 良

制作
「亜人ちゃんは語りたい」
製作委員会

アニメックス
講談社

藤部インベストメント
クリスマスホーリー

監修・演出
安藤 良

作画監修
川上哲也

CAST
篠原太朗 篠原太朗
小嶋陽菜 小嶋 陽

知 京子 藤田みなみ
白下 悠 藤川桂葉
佐藤早紀 日笠麻子

小嶋陽菜 Lynn
佐竹裕介 小林浩介
加藤先生 手塚ヒロミチ
校長先生 佐々藤太
関子 石上静香
藤部 水島隆一/大津愛理

男子生徒
成瀬裕也/豊島泰平
熊谷研太郎/天澤滉平

女子生徒
藤井慈佳/田中あいみ

監督
川上哲也

楠田真央子
たかはしゆう

吉田 勝
川崎 泰

松川哲也
佐藤秋子

寺尾麻治
深谷悠希

藤部裕佳子
大藤裕紀

藤部裕一
針原裕子

第2監督
藤部 浩

市村宏康佳
渡 友里樹

ライデンフィルム京都スタジオ

音楽監修
藤田真央子

監修
楠田真央子

藤林由香里
余真紀枝

MAPP
ufotable

WIT STUDIO
プロダクションアイムズ

インダグレッサ
スタジオホーム

セブン・アークス・ピクチャーズ
動画工房

ライデンフィルム大塚スタジオ
ライデンフィルム京都スタジオ

スタジオライブ
リングス
和風アニメーション

加プロダクション
STUDIO CL
P.A. WORKS

色彩監・監修
赤間三佐子

ペイント
赤間三佐子

A-1 Pictures 仕上係
村上彩華

北条真奈
森田真由

D-COLORS
J.C.STAFF

加プロダクション
スタジオエル

バード
2D Works

藤田結伊

特殊効果
A-1 Pictures 撮影部

監修
スタジオ風風

野生真文
鈴木雪華

山崎理希
湯澤 直之

神田美歩
小倉工男

外波山安紀
劇 許

3DCGI
梅原信司

Future Tech Lab
小林聖希子

CGプロデューサー
堀口 潔

撮影
渡部洋平

西川大地
藤田結伊

木倉都介
藤部さつき

平藤裕祐
伊藤幸子

河崎正幸
藤部 浩
萩原 遼

佐久間悠也
清水彩香
大野明也

監製助手
下田由希乃

監製助手
岡田奈穂美

監製制作担当
宮本かおり

監製製作
マジックカプセル

主催監製力
外村謙一

HD監製
白井基記 (キュー・テック)

エンディングテーマ
「フェアリーテイル」
三月のパンタシア

作詞・作曲・編曲 すこっぷ
(Ki/oon Music)

オープニングアニメーション

振コンテ・演出
安藤 良

作画監製
川上哲也

原案
佐藤敦子
田中風雄
牧 孝雄
藤巻裕一
飯田藤次子
中村直人
火日仲亮
神山雄吉
酒井智史
露川俊紀
中井 淳
藤田謙平
藤原希子
飯井寺万寿雄
五反幸平
海上哲也
たかはしゆう

姓名秀和

第2監製
都岡 勝
市村友里佳

監製監製
橋田寿賀子

監製
橋田寿賀子
旭プロダクション

作画
スタジオ風華

3DCGI
星須崎司

色彩定・映倫
吉村昌郎

ベイント
A-1 Pictures
D-COLORS
スタジオエル
旭プロダクション

撮影
宮藤洋平
OP制作進行
池田達彰

エンディングアニメーション

振コンテ・演出
安藤 良

作画監製
川上哲也

原案
酒井昌史
鎌倉孝明
飯田学史
山崎京子
川上哲也

第2監製
都岡 勝

監製監製
正岡 勝

監製
A-1 Pictures

井上 陽田

東瀛佑樹
無藤 悠
佐藤典彦
飯野和宏
三浦淳亮

旭プロダクション

色彩監・映倫
赤松三佳子

ベイント
A-1 Pictures
旭プロダクション
スタジオエル

監製
スタジオ風華

撮影
宮藤洋平

ED制作進行
飯永芳和

タイトルロゴデザイン
浅見デジタル (L.S.D.)

アシスタントプロデューサー
永山直未

監製プロデューサー
村山勲太

原案
宮藤英史
高橋巨典
大竹弘樹
井村謙弘
谷地敏也
高村江美
田頭孝雄

ロケーション協力
東京都立調馬工業高等学校

セムスプランニング
島田結希

WEBプロモーション
津田悠男
丸山紗洋雄

配給担当
河村哲平

海外海外
佐々木 宏
清水久雄
小高洋介
小川優子
本間久美子

企画協力
熱風 武
三輪尚雄
山本和子
本木 円

協力
佐藤茂雄 (クオラス)
月岡隆紀 (クオラス)

プロダクション監製
井上雄亮
三上雄次香

制作監理総括
飯本直人

制作事務
後藤英隆
坪井玲恵
早川未紗

システム監理
吉岡正雄

制作デスク
渋谷道尚

監製制作
岡本千鳥

制作進行
池田愛彩

製作
A-1 Pictures

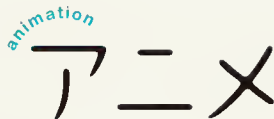
製作
「亜人ちゃん」シリーズ

制作委員会
アニプレックス
講談社
編注
インベストメント
クリスマスホーリー

©ベイス・講談社/「亜人ちゃん」
シリーズ制作委員会

篠田利隆に聞く

アニメのスタッフ・クレジットの見方



● 専任スタッフ・クレジット 重人ちゃんは語りたい

重人との交流を描いた学園ファンタジー作品「重人（デミ）ちゃんは語りたい」。多くの人々が思い描く、アニメーション作品として丁寧かつ王道な制作スタイルが取られていることは、前ページの多様なスタッフ・クレジットを見ても明らかだ。このひとつひとつの役割は、どのようなものなのか。

ここでは、CMやミュージックビデオの映像監督ながら、アニメーション作品とその文化にどっぷりと惚れ込み、「アマナ異次元」というアニメ、さらにはアイドルカルチャーにまつわる映像をクリエイションする部署を立ち上げた篠田利隆さんに、それぞれの役割について聞いてみた。

話を聞いた人

【しのだ・としたか】映像監督、アマナ異次元所属。京都キャリアブレーション、VALSHE、音泉レイ、Serph、私立恵比寿中学、mwaなどを手がける。
url: <http://amanajigen.com/>

staff credit

監督

監督は、その作品に対して全スタッフが共通のビジョンを持てるように指示をする人。そして、スタッフから上がってくるさまざまな提案、それは例えば脚本だったり、絵コンテだったり、演出だったり、作画だったり、世界設定だったりに対し、そのビジョンに従って最終的なオーケーを出したり、もしくはビジョンから外れていれば修正を依頼する人、といったところでしょう。

アニメの監督は、とにかく忙しい。TVシリーズのアニメ監督は、第1話の絵コンテを描いたりすることよくありますが……僕は映像監督として5分のミュージックビデオの絵コンテを描くのに1週間くらいかかります。そう考えると30分の番組1回分（本編は20分強）の絵コンテでどれだけの労力を要するのか。それをやりながら、スタッフから上がってくるものをチェックしつつ、さまざまな打ち合わせをこなしたり。監督は作品が出来るまでの入り口から出口までをチェックする必要があるので、作業が膨大にある仕事ですね。

staff credit

シリーズ構成

シリーズ構成は、例えばTVシリーズだったらワンクール12話をその話数で視聴者を惹きつけられるように、脚本の構成を考える人。各話に対しても、起承転結のある話にするのか、はたまたオチから見えていくような展開にするのか、シリーズ構成の手腕によって話のおもしろさが決まってくると思っています。簡単に言うと、脚本という分野の監督というイメージで僕は捉えています。シリーズ構成の人は、基本的に自分でもいくつかの話数の脚本を担当することが多いですね。

staff credit

演出

演出は、TVシリーズの場合だと担当の話数を持ち、その回の多くの部

分のチェックをしています。例えば「尺」的な部分。上がってきた絵コンテが尺にきちんとはまっているかどうかを見る。また、絵コンテを元に上がってきたレイアウトが大丈夫かどうかチェックし、作画監督に渡すような役割も担います。こういった制作現場の中継ぎ的な部分を担うので、その核となる絵コンテを演出担当が自分で切る場合も多くあります。監督の補佐的な役割とも言っていかもしれません。

staff credit

制作進行

コストと時間の管理をしている人たち。それが制作進行です。立場的には、プロデューサーの下にしている役割。作品の制作がスムーズに進むように現場とコミュニケーションを取り、調整をしながら、スケジュールを管理します。どこかのセクションの進行が押し始めると、全体が遅れがではじめるので、他のセクションと相談しつつ調整役を担うこういった役割は、アニメのような多くの人が関わる作品を作るうえで非常に大切です。

staff credit

キャラクターデザイン

作品に必要なキャラクター造形を行う仕事です。ただし、アニメーション作品におけるキャラクターは、魅力的であることはもちろん、動画になったときにきちんと動かせるデザインになっていることが何より重要。さまざまなアニメーターが作画するので、ブレが出ないようにデザインをフィックスする必要があります。

最近のアニメは多くの場合、漫画の原作があったり、もしくは漫画家やイラストレーターがキャラクター原案を手がけたりすることが多いので、ゼロからキャラクターを生み出すのではなく、それらをアニメイトできるようにデザインしなす役割でもあります。いずれにせよ、アニメーション作品はキャラクターが魅力的でないとなかなか見てもらえないので、重要なポストの一つと言えるでしょう。

原画

画面の設計図である「レイアウト」を描いた上で、アニメーションの中で更迭となるフレーム(キーとなるフレーム)を描くセクション。キーフレームとなるキャラクターの絵のクオリティが、そのフレームの間を描いていく動画マンの絵のクオリティも引っ張っていきます。そういう意味でも、原画はアニメーション制作において非常に重要なセクションです。

作画監督

略して作監。原画のクオリティ(絵が崩れていないか、キャラクターデザインの設定画に従った絵かどうか、など)をチェックし、ときには修正を加えています。場合によっては、ほぼ描き直しているのでは?というような修正を入れる場合も。クオリティを大きく左右する重要な役割だと言えます。TVシリーズではふつう、作画監督は数人いて、この上の統括的なポジションとして、総作画監督がいます。

動画

原画の人が描いたキーフレームの間のフレームを描いていく(中割りを行う)セクションです。動画マンといった言い方もします。動画マンが中割りを行うことで、キャラクターがアニメートされる。

個人的には、動画、原画、作画監督というポジションは一連托生だな、と思うんです。また、動画や原画における作画作業はいまだにデジタルよりも、紙と鉛筆がメイン。一枚一枚、人力で描かれているというのはいまだに驚くようなことだな、と感じています。

ちなみに動画にもクオリティチェックと修正を行う役割があります。動画検査というポジションです。

第2原画

第1原画の人たちが、レイアウトとラフな版画を担当します。それをきれいに清書するのが第2原画の仕事です。原画のサポート的な役割と言ってもいいと思います。ここまでの分業制が行われているのは、アニメならではだと思います。

色彩設計

監督の意向を聞き、その世界観を反映しながら、キャラクターの色をプランニングする役割です。髪、肌、瞳、洋服、それらの陰部分など、一過り色のプランニングを行います。時には1キャラクターに対して、朝の光だったり、日常光だったり、夕暮れ時だったりと複数プランニングする必要があるります。

色指定

色彩設計の担当者が色の指示資料を作り、色指定と呼ばれるポジションの人がそれによって各シーンで色の指定をします。実際には、色彩設計の時点でプランされていないちょっとした小物などが出てきた場合、色指定の人が直接、色の指示をすることも。

ペイント

実際に着色を行うポジション。多くの場合、「仕上げ」とも呼ばれたりします。このようにキャラクターの色彩部分だけでなく、分業制が進み、「色彩設計」「色指定」「ペイント」に分かれています。

キャラクターの色は色彩設計によってプランニングされている。髪や髪などの陰部分の色も、あらかじめ設計されたものだ



staff credit

美術監督

監督の意向を読み取りながら、作品の世界観を背景で表現するのが背景美術です。美術監督は、その背景美術を統括して管理するポジションのこと。この背景美術の作業に入る前に、普通は監督との打ち合わせのもと、作品の背景イメージが大まかに伝わる美術ボードが描かれます。この美術ボードを共有することで、統一感のある世界観を持つ背景を複数の背景スタッフで描くことができます。

今はアニメ作品を見た人が、そのモチーフとなった場所に訪れる「聖地巡礼」が流行っています。ですので、以前より重要なパートになってきている気がしますね。

staff credit

撮影監督

もともとセルアニメ時代に、背景素材とキャラクターが描かれたセル画を撮影台上で重ね合わせて、1コマずつセル画を交換しながら撮影を行っていたんです。その時に、透過光などの光の演出もやっていました。こういったやり方は、デジタルに移行した現在ではほぼやっていません。代わりに、素材をコンパジットし、それらにエフェクトも施せるAfter Effectsなどのアプリケーションを使って同様の作業を行っています。デジタルの特性をフルに活かして、奥をぼかして被写界深度のような光学的表現を再現したり、逆光のような効果を作り出すのも簡単になりました。

ですので、いまだに背景素材とキャラクターを合成し、特殊効果を施す作業を「撮影」と言っています。これらを統括して管理しているのが、撮影監督です。

staff credit

プロップデザイン

作品の中に出てくる小道具のデザインですね。アニメ作品も昔に比べて、「異世界モノ」よりもどこか自分たちが生きている日常とつながっているような世界観の作品が増えてきたように思います。共感性が重要視されている。なので、ちょっとした小物も突如としたものではなく、きちんとデザインされたオシャレなものが必要になってきたのかな、と。そこら辺がプロップデザインが必要とされてきている理由なのかな、と思っています。ちなみにプロップデザインというものは、自分がおもに活躍するMVやCMなどの実写の世界では「美術」さんがやっていますね。広告などでスチール（静止写真）を撮るときは、「スタイリスト」の範疇かもしれません。アニメ、CM、スチールといったジャンルでいろいろと言いが異なっておもしろいな、と思います。

staff credit

特殊効果

魔法のように光を放ったり、といったエフェクト効果のことを指します。略して「特効」ともよくいいますよね。

美術は、そのアニメーション作品に出てくる舞台背景を、室内外問わず必要に応じて描く、といった仕事が重かれています。机に置かれているものは何か、といったディテールも美術によってきちんと決まっています。





キャラクターの表情は客観光学的にボケているような演出がなされている。この効果は After Effects などで作成素材とキャラクター素材を合成して一つにまとめるなどに行う。この工程を慣習的に「撮影」と呼んでいる。

staff credit

CG 監督

セル画タッチのアニメーションでもいまは、CG が随所に使われている。背景なども CG が増えてきてますよね。パースに合わせて背景を張り込むといった使い方もしたり。あと近年のロボットアニメーションはたいがい CG が使われています。あと車など。こういった CG パートを CG 監督がディレクションしています。

staff credit

タイトルデザイン

ここ10年くらいでしょうか、アニメーション作品は既存のファン以外にもウケることを目的としているのだと思いますが、洗練されたタイトルデザインが増えてきたように思います。タイトルデザインって大切で、ロゴを見ただけでどういったテイストのアニメが想像がつくとかいうか。もはやCI的でもありますよね。アニメ番組の初回を見るときとか、オープニングがはじまってロゴがだいたい15秒から30秒くらいで出てきますけど、その出てきたロゴで期待値は大きく上下しますよね(笑)。

staff credit

編集

編集はあまり注目されませんが、とても重要です。編集とはこの作品が意図するところを汲み取りながら、カットを繋いでいく作業。この説明だけ聞くとそこまで重要な感じはしないかもしれませんが、編集で印象は大きく変わるんです。例えばテンポ感とか。

バトルもののアニメ作品だったら素早くつないでいたり、この「主人公ちゃんは語りたい」のような作品だったら、引き目の背中のカットとかを長めにとって切なく心に響くようなつなぎ方をしたり。ある程度、作画の段階で尺が決まっているとは思いますが。

staff credit

音響監督

音響監督は、声優の方々の演技に対する監督役、という部分が大きいと思います。音響監督が声優さんたちに演技をつけるんですよね。アニメの場合って、「絵がない段階」で演技をつけるじゃないですか。原画だけの段階や、コンテの段階で。音響監督と声優さんの呼吸が、アニメのグルーブ感を作っているって僕は思っているんです。

staff credit

音響効果

音響効果は「音響監督」と字面(じづら)がどこか似ていますが、だいぶ異なる仕事です。音の特殊効果のようなものを作る人といいますか。戦いで刀と刀が交わる音とか、歩いている靴の音とか。

音楽の

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

参考スタッフ・クレジット さかいゆう『4YU』

音楽が好きな人の中には、CDやアナログレコードを手に入れたら

記載されているスタッフ・クレジットを

くまなく見る人は多いだろう。まずは、作曲家やアレンジャーなどの
楽曲の根幹を担うパートを見る。さらにはギターやベース、シンセなど
楽器はどのようなパートがあるのか、それを誰が演奏しているのか。

録音周りのエンジニアたちも気になる。

ここではさかいゆう『4U』に記載されているスタッフ・クレジットを掲載。

それをベースに、音楽制作においてそれぞれどのような役割を
果たしているのか紹介していく。

●文 編集 堀 ●写真 谷本 夏[studio track72]



さかいゆう『4YU』

本アルバムは、各曲ごとにさかいゆう本人を含むさまざまなクリエイターやサウンドプロデューサーが参加している。結果、何の言い訳もいない、最高のメロディと最高のアレンジと、なにより最高の歌声で魅せる11曲が揃った。どうしてこのような神がかった楽曲を生み出したのか、ブックレットのスタッフ・クレジットと一緒にぜひ探ってほしい。

価格:3,240円





staff credit

さかいゆう『4YU』のスタッフ・クレジット

01. SO RUN

作詞・作曲: さかいゆう
編曲: mabanua

horn arranged by 武蔵 聡, mabanua

vocal, acoustic piano, synth bass, chorus: さかいゆう
guitar: 関口シンゴ
drums, conga, programming: mabanua
trumpet: 川崎太一郎
trombone: 廣瀬貴雄
saxophone & baritone saxophone: 武蔵 聡

02. Doki Doki

作詞・作曲: さかいゆう
編曲: さかいゆう, Avec Avec

vocal, acoustic piano, bass, chorus, synth: さかいゆう
guitar: 殿宮 工
drums: あらきゆうこ

03. WALK ON AIR

作詞: 渡辺シュンスケ
作曲: さかいゆう
編曲: 石橋 光

vocal, acoustic piano, handclap: さかいゆう
bass, handclap: 板津孝昌
drums, tambourine, handclap: あらきゆうこ
background vocal: 渡辺シュンスケ、石橋 光
handclap: 石橋 光、小山真人

04. 下町情緒

作詞・作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, chorus: さかいゆう
guitar: 吉田サトシ
bass: 種子田 健
drums: 石若 敬
background vocals: 吉岡悠歩、横沢ローラ

05. あるギタリストの恋

作詞・作曲: さかいゆう
編曲: 石橋 光

vocal, upright piano, chorus: さかいゆう

guitar: 竹内朋雄
bass: 伊賀 航
drums: 松永俊弥

Mallotron Mark VI, Rickanbacker, tambourine: 石橋 光

06. 愛は急がず -Oh Girl-

作詞: 西寺郷太 (NONA REEVES)
作曲: さかいゆう, Avec Avec
編曲: Avec Avec

vocal, chorus: さかいゆう
all instruments: Avec Avec
programming: Avec Avec

07. サマーアゲイン

作詞・作曲: さかいゆう
編曲: さかいゆう, Shingo Suzuki

vocal, chorus, piano, other instruments: さかいゆう
drums: mabanua
electric guitar: 関口シンゴ
nigiyakashi: big turtles

project coordination: 対馬芳昭、
熊井雄侍 (origami PRODUCTIONS)

08. SELFISH JUSTICE

作詞・作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, bass, programming, chorus:
さかいゆう
guitar: 田中 雅人
drums, conga, guiro: mabanua
timbales, bongos, wind chimes: 三星草草

09. トウキョー SOUL

作詞: 轟雪之丞
作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, bass, chorus: さかいゆう
guitar: 竹内朋雄
organ: タケウチカズタケ
drums: 岡野 "tiger" 勲

10. 愛は熱

作詞・作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, bass, chorus: さかいゆう
acoustic guitar: 石成正人
gut guitar: 田中義人
drums: mebanue
conga, wind ohimes: 三屋章敏

11. ジャズミン

作詞: さかいゆう

作曲: さかいゆう、真谷好位置

編曲: 真谷好位置

strings arranged by 真谷好位置 (agehesprings)

vocal, acoustic piano, chorus: さかいゆう
acoustic & electric guitar: 山口周平
bass: 松原秀樹
drums, tambourine: 玉田豊夢
strings: 笠一徹ストリングス

all songs produced by さかいゆう

sound produced by
mebanue (M1)、石崎 光 (M3, M5)、Avec Avec (M6)、
Shinzo Suzuki (M7)、真谷好位置 (agehesprings) (M11)

recorded and mixed by
佐藤宏明 (molmol) (ALL TRACKS except M7)、yesu2000
(big turtle STUDIOS)、Shingo Suzuki (M7)

additional engineered by 田中章義、星野文男

recorded at studio:
GREEN BIRD, ONKIO HAUS, prime sound studio form,
AUGUSTA STUDIO, SOUND CREW STUDIO, STUDIO
MECH, SOUND ARTS, big turtle STUDIOS, CLOVER
STUDIO

mixed at Griot STUDIO, big turtle STUDIOS

assistant engineers:
田中章義、星野文男、前田和哉、尾越さやか、大川世奈、阿部幸介、
込山拓哉、黒山耕平

mastered by 山崎 真 at Bernie Grundman Mastering

mebanue, 関口シンゴ and Shingo Suzuki
(Ovell/Hipnotics)

appear by the courtesy of origemi PRODUCTIONS.

director: 竹内 修 (wilsonic)、半田 悠 (OFFICE AUGUSTA)
label director & A&R: 玉城健太 (AUGUSTA RECORDS)

artist management: 小山真人 (OFFICE AUGUSTA)

promoter:

山本真理、小林 剛、川本直子、谷 小百合、廣松真実子、
井上 実、小林拓生 (Ariola Japan)、肥塚 学、松田雅士、
岡田さくら、堀尾明子、新澤進矢、山越大地、
遠藤ゆりか (OFFICE AUGUSTA)

area promoter:

田中祐二、鈴木友也、黒田明寛、谷口ゆい、岩井剛介、加藤妙子、
廣出木野美、金屋英里子、後藤優紀 (Sony Music Labels)

sales promoter: 小澤真文、都築 祐 & Sony Music
Marketing All Staff

digital promoter:

平林渥己 (Sony Music Marketing)、
豊岡亜矢子 (OFFICE AUGUSTA)

promotion desk: 田村有里、岩川裕子 (Sony Music Labels)
management desk: 中野真由美 (OFFICE AUGUSTA)

A&R in chief: 齊藤由典、古峯英敏 (AUGUSTA RECORDS)
label division in chief: 川崎 宏 (AUGUSTA RECORDS)

artist producer: 堀越信哉 (OFFICE AUGUSTA)

music production dept. in chief:

穂刈太郎 (OFFICE AUGUSTA)

artist management dept. in chief:

千村良二 (OFFICE AUGUSTA)

executive producer:

森川欣信 (OFFICE AUGUSTA)

村松俊亮 (Sony Music Labels)

桂田大助 (Sony Music Labels)

藤原俊輔 (Ariola Japan)

art direction & design: 矢野 宏

photography: 羽田 誠 (小池事務所)

hair & make-up: 中井正人 (DEUCE)

styling: 丸 (Yolken)

model: ヴァーデル・ミナ (Awesome)

product coordination:

江畑有美 (Sony Music Communications)

竹内 修に聞く

音楽のスタッフ・クレジットの見方

※音楽スタッフ・クレジット さかいゆう『4YU』

2016年2月に発売された、さかいゆうの4thアルバム。一聴しただけでわかる豊かなサウンドプロダクション。音楽面の高い高純度でポップな楽曲たち。

練りに練られたサウンドプロデューサーがそれを可能にしたのか、それともミュージシャンの力か、またはミキシングやマスタリングの力

か。それを探るべく、ここでは本アルバムの音楽ディレクターである竹内 修さんに、『4YU』のCDジャケットのスリーブ内にあるスタッフ・クレジットを解説してもらった。音楽作品のクレジットの豊かな見方がわかるようになるのではないかな。そこから読み解けるものは決して少なくないはず。

music 音楽

読を聞いた人

【たけうち・おさむ】音楽ディレクター、プロデューサー。レコード・メーカー勤務を経て、2009年独立。1991年のメジャー・デビューから現在まで、ディレクターとしてスピッツに携わる。その他これまで担当した主なアーティストは、平沢 進、グルーヴワーズ、永室京介、BLANKEY JET CITY、レーベル「Teenage Symphony」(ゲントウキ、bonobosなど)、東京カランコロン、さかいゆうなど、1963年新潟県生まれ。

staff credit

オール・ソングス・プロデュース・バイ

CDのスリーブの最後のページに、このアルバムのスタッフ・クレジットがまとめられていて、その筆頭は「all songs produced by さかいゆう」となっています。つまり「この音楽の成り立ちに対して一番責任を持っているのが、さかいゆうです」というような宣言です。作明作曲をやって、どういう方向のアレンジにして行って、最終的にどう落とし込むかという全責任を持っているということですね。

staff credit

サウンド・プロデュース・バイ

楽曲の一番の責任はさかいゆう本人にある、ということは上記の「all songs produced by」に込められていて、それに対し、ここはサウンドメイキングに関するクレジットですね。何をしているかという、アレンジ、そして演奏者の人選です。ドラム、ベース、ギターなどを誰にするか。このアルバムではエンジニアはあえて一人をお願いしていますが、本来はここにエンジニアの人選の責任も入ってくるでしょう。これらのサウンドプロデュースは、この欄に記載されているmabanuaや石崎 光、黒谷好位位置をはじめとする各氏がさかいゆうと一緒にやっていると思うってもらってかまいません。

staff credit

レコーデッド・バイ

レコーディングエンジニアの仕事。各トラックに楽器の音を録っていくという作業ですね。これは音楽業界にいる人は、短く「録り」と言っています。ここには、録音するときのマイクを選ぶか、どうマイクを立てるか、といったところもちろん含まれます。あとベースなどをアンプから出して流した音をマイキングするか、もしくはラインで直接録るか。どこかのスタジオがいいか、さらには楽器の特性なども把握しています。

staff credit

ミックスド・バイ

こちらはミキシングエンジニアの仕事。各トラックで録られたものを、ツーマックスというLRというステレオに落とし込むという作業ですね。各トラックの音の大きさのバランス、左右のパンニング、エフェクトなどによる音の質感などをイメージに合ったものに整えながら、この作業を音楽業界にいる人は「落とし」と言います。ちなみに、レコーディングとミキシング、つまり「録り」と「落とし」を1人のエンジニアがやるのはわりと一般的です。

staff credit

レコーデッド・アット・スタジオ

ここでは、レコーディングを行ったスタジオを明記しています。サウンドプロダクションが多岐にわたっていたので、さまざまなスタジオで録っています。大ききまばらです。ただ、さかいゆうのレコーディングセッションは、生でセーで録ることが多いので、ブースはそれなりに大きいところかな、と。あと、さかいゆうの場合はピアノが不可欠。お気に入りのピアノがあるところを選んでいきます。

アシスタントエンジニア

スタジオでの録音時に、マイクを用意するなど下準備をする人たちです。大所帯のレコーディングだったりすると、全ブースにマイキングをしなければならない。それを一人のエンジニアがコツコツやったら、時間がかかりすぎてしまいますよね。さらに昔のレコーディングだとテープを回し始めたり、止めたりしないといけないし、そのテープのオペレーターもアシスタントエンジニアの仕事です。

ちなみにアシスタントエンジニアは、スタジオの社員のことが多いです。だから、スタジオを選ぶときの理由の一つとして、優秀なアシスタントエンジニアがいるかどうかは大きい。逆に、スタジオはいんだけどアシスタントが嫌だから使わないとかもありです。

でも、これらほとんどこのクレジットがなくなっていく世の中にあると思っています。なぜかという、プロトウールズを使えばデスクトップでだいたひすべてを制御できるから。加えてアシスタントエンジニアも人材不足というのがありますね……。

マスタート・バイ

ここにはマスタリングエンジニアが記載されています。マスタリングは、できあがった曲データをCDなどに落とすための最終工程を担当するエンジニア。アルバムなどで1曲1曲収録されていると思いますが、そのままだとデモコピした音像なんです。それをイコライゼーションやコンプなどを使って、アルバム全体の聴感を整えます。通して、何度も聴いてみようと思えるのは、このマスタリングという処理が施されているからなんです。

ちなみに、このマスタリングという作業とジャケット制作は原盤制作とは関係がないので、レコードメーカー側の仕事なんです。原盤は、レコード会社が権利を持っている場合もあるし、マネージメントが持っている場合もあるし、半々で持つこともある。でも、マスタリングとジャケット制作は必ずメーカーが仕切ることになる。それはなぜかというと、それらはパッケージ商品として出すための作業だから。マスタリングも理屈では「音」と関係ない部分なんです。

僕はマスタリングにもできるだけ立ち会いますけど、本来的に言えばフリーのディレクターである僕が口を出せる立場にはない。マスタリングエンジニアから要望を聞いた場合は、レコードメーカーの人にきちんとお話を立てます。

appear by the courtesy of origami PRODUCTION

これは、「オリガミ・プロダクションのご厚意で参加してもらっています」という内容。「他のレーベル所属のお抱え専属アーティストだけど、きちんと断って参加しますよ」という意味合いですね。おにもレコード会社との取り決めで、こういう表記を入れています。

ディレクター

一般的には、ディレクターはメーカー（レコード会社）に所属しています。何をやる仕事か、というところやパッケージにおける制作業務一般ですね。曲はもちろん、ジャケット制作、その工程と予算管理を含む。ただ、同じディレクターでもより音楽的なところをやる人もいます。宣伝よりの人もいます。メーカーによって、役割が違うという感じかもしれません。今どきは音楽よりのディレクターは、レコードメーカーは求めていない気がします。音楽が良くて売れなくてはダメだから。売れるアーティストを持ってるのが制作の仕事。

自分はフリーのディレクターなので、手伝ってくださいというオファーがあったら、その時のシチュエーションによっていろんな役割を引き受けます。枠組が決まってる、その中でレコーディングをスムーズに進めていったりとか。とっちらかっているのを少しまとめてあげたりとか。

主に僕が一瞥多くお願いされることは、歌を録るということなんです。ボーカルディレクション。さかいの人のアルバムはほぼ全部僕がボーカルディレクションしています。

レーベルディレクター & A&R

これはレコードメーカー側の制作担当のことですね。メーカー側の制作は、所属のアーティストを担当します。場合によっては新人を発見し、育てます。そして、レコーディングをし、ジャケットを作り、MVを作り、そして売る戦略も考えます。

なぜか昨今、それをA&Rと呼ぶことが多いですね。でも、これは歴史的な意味から言うとは違っています。A&RというのはアーティストのA、レパートリーのR。レパートリーというのはフランス語で、英語で言うところのレパートリーですね。これは何かというと「エージェン트가売り込んでくれる歌手がいます」「音楽出版社が売り込んでくれるような曲があります」というのをマッチングさせるのがA&Rマンなんです。この歌手とこの曲があればヒットする、というようなことを考えるのがA&Rの仕事なんです。だから、本来の言葉の意味からはずれてしまっているんですね。

アーティストマネージメント

いわゆる「マネージャー」ですね。アーティストマネージメントと書かれているところが、アーティストの管理を含め、レコードのトータルのプロデュースをやっている場合もあります。

staff credit

プロモーター

これは、このレコードの宣伝担当です。クレジットを見ると、レコードメーカーである「アリオラ・ジャパン」のスタッフと、マネージメントである「オフィス・オーガスタ」のスタッフの両方がいます。彼らが、宣伝の戦略を考え、どう話題作りをするかを考えます。作品と、アーティストと、季節などの環境を考えて、ニュースネタ作りをしたりする。「この曲は内容を見ると、夏に出るのは早すぎる。秋にリリースしよう」みたいなリリースのタイミングでさえ提案したりします。

あと大きいのがタイアップを決めるということですね。そのために、「早い段階からプレゼンに出したいので、こういう曲を書いてください」というようなことを提案してくる場合もあるし。この時代、大きなタイアップというのは本当にありがたい。アーティスト側も、頑張っただけでやってくれることが多いです。

staff credit

エリアプロモーター

地方の宣伝室のことを指します。レコードメーカーにもありますが、札幌、大阪、名古屋、九州ぐらいにはある。今時は割と地方のイベントとかに業務委託しているメーカーも多いようですが、自分もレコードメーカーにいたころは、彼らと付き合いがありました。コンサートの時にあったり、地方のキャンペーンについて行ったり。「このアーティストはこの地域が強いから、もっと盛り上げをしたい」といったことを実現するために、前乗りして戦略を一緒に練ったりとか。昔は人付き合いがすごく重要だったし、地方には名物のラジオディレクターなどがいて、「あの人に気に入られないと、ここでは売れないよ」といったことがありました。

staff credit

セールスプロモーター

これは流通の営業のことを指しています。タワーレコードやTSUTAYA、HMVといったCDを売っているチェーン店でどう展開してもらうか。昔は直に、チェーン店の各店舗と交渉するみたいな感じだったんです。でも最近は一括で、例えばタワーグループに営業をかけて、タワーの中で振り分けるみたいなことが多いから、営業の腕の見せどころが減ってきた感があります。でも、今だって店員さんの熱意で展開されて、ロングセラーになったということはありますよ。

staff credit

アートディレクション&デザイン

CDパッケージのデザインを担当している方です。レコード会社としてパッケージを制作するうえで、アートディレクターは大事。発注は基本的にレコードメーカーのディレクターがします。自分もメーカーにいたころは、よいイラストや写真、そしてアートディレクターは常にチェックしていました。音楽の内容に合う人がいたら、ぜひ一緒にやってみたいな、と。マネージメントサイドからアートディレクターの候補が出てこない場合は、メーカーからも積極的に提案してみたりしますね。





staff credit

フォトグラファー

このジャケットの撮影を行ったフォトグラファーのクレジットですね。ジャケットのフォトグラファーの選定は、自分の場合、アートディレクターの意向を重視します。ただし、女性アーティストにおいてはカメラマンの指定がある場合も多いです。

stage

舞台の

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

◎ スタッフ・クレジット わたしの星

演劇は、映画やアニメや雑誌などと違って、保存不可能であることが大きな特徴だ。

とはいえ、準備期間もそれなりに長い。「いま」「ここ」のメディアである演劇は、

その準備から劇場でのパフォーマンスまでどのようなスタッフが集められ、

それぞれどういった役割を果たすのか。

劇団ままごとの2014年初演の舞台「わたしの星」の

スタッフ・クレジットを通して見えてくるものは？

●文 編集部 ●写真 鈴木 司





わたしの星

劇作家・演出家の柴田寿朗による劇団
ままごとの作品。少女と星の一生を
描いた『わが星』の世界観を引き継
ぎ、オーディションによって選ばれた
中学生10人なちをキャストに迎え、
三鷹市芸術文化センター 星のホー
ルにて2014年初演。今年8月の再
演に向け、現在、新校主を対象にし
たキャスト・スタッフを募集中。

staff credit

『わたしの星』のスタッフ・クレジット

作・演出

柴幸男

舞台監督

佐藤恵

舞台

青木拓也

照明

伊藤泰行

音楽

星野大輔(サウンドウィズ)

衣裳

藤谷香子(FAI/FAI)

宣伝美術

セキコウ

宣伝写真

濱田英明

演出助手

濱野ゆき子、高梨辰也(トッコ演劇工房)

制作

加藤伸興(ままごと)、森川健太(三廣市芸術文化振興財団)

制作統括

森元隆樹(三廣市芸術文化振興財団)

製作監理

宮永琢生(ままごと | ZuQnZ)

特別協力

魚な板スタジオ

協力

株式会社キューブ、株式会社ボックスコーポレーション

企画制作

ままごと(一般社団法人mamagoto)
公益財団法人三廣市芸術文化振興財団

主催

公益財団法人三廣市芸術文化振興財団

「ままと」に聞く

舞台のスタッフ・クレジットの見方

舞台スタッフ・クレジット わたしの星

劇作家・演出家の柴 幸男によって旗揚げされた劇団「ままと」。2009年に発表された、団地で暮らす一家と星の一生を重ねた舞台「わが星」の世界観を引き継ぎ、高校生のキャストとスタッフを迎えて作られたのが「わたしの星」だ。この美しい演劇は演劇ファンに留まらず、多く人の話題を集めた。

しかし舞台というものはどのような組織を作り上げることで、成功に導くことができるのだろうか。ここではままと全作品の製作総指揮を務める宮永琢生さんに、「わたしの星」のスタッフ・クレジットをベースにしながら、それぞれがどのような役割を担っているのか、話してもらった。これら舞台をより楽しめるようになるはずだ。

話を聞いた人

【みやなが・たくお】1981年、東京都生まれ。劇団「ままと」プロデューサー。企画制作ユニット「ZuQnZ(ズキューズ)」主宰。近年は、顧客との関係性に主軸を置いた演劇作品のプロデュースを積極的に行っている。

staff credit

作

作は、簡単に言うと芝居の脚本や台本を創る人のことです。演劇作品の基盤となる物語を立ち上げる人のことを「劇作家」、劇作家が書いた台本を「戯曲」と言いますね。「戯曲」は、台詞(俳優がしゃべる言葉)と書き(役者の動き、舞台装置、照明、音響などを想定した文章)によって構成されています。

staff credit

演出

戯曲を基にして、俳優・舞台美術・照明・音響・衣装など、様々な要素を総合的に構成し、演劇作品を舞台上に立ち上げる人のことです。映画で言えば、監督のようなポジションですね。「作」と「演出」は、それぞれ別の人が行う場合と、同じ人が行う場合があります。「わたしの星」の場合は、「作・演出」というクレジットで柴幸男という劇作家・演出家が担当しています。

staff credit

舞台監督

舞台監督は演出家の意向を汲み取りながら、舞台美術、照明、音響、衣装など、全てのスタッフの指揮・進行管理を行う現場責任者です。演出家が作品をイメージする人であれば、そのイメージを具現化させていく人といった感じですね。劇場に入ってからスケジュールやタイムテーブルを組むのも舞台監督の仕事なので、本当に大変な仕事だと思います。

staff credit

美術

美術(舞台美術)は、舞台上に立てるセットの設計・デザイン、そして実際にセットを作る人のことを言います。演出家、舞台監督と相談しながら、作品のイメージに合った劇空間を創り上げていきます。舞台美術を作る場所は「タキキ場」といって、タキキ場を確保してからスケジュールを組み、舞台美術を作っていきます。実際のタキキでは、舞台監督と協力しながらやることが多いですね。どのような客席を作ってお客様に観劇してもらおうかというプランニングも美術の仕事なんですよ。

staff credit

照明

照明は、舞台上の明かりをデザインする人です。劇中の照明をデザインする人を照明プランナー、本番の照明操作をする人を照明オペレーターと言います。照明オペレーターも、俳優の動きであったり、音響とのタイミングを合わせなければいけなかったりと、技術的に高いことを要求されますね。「わたしの星」では、舞台美術の中に照明を仕込んでいたり、姉妹作の「わが星」を想起させるような照明デザインを意図的に使っていたり、作品において照明が非常に重要な役割を果たしています。

staff credit

音響

音響も照明と似ていて、プランナーとオペレーターがいます。音響をデザインする人と、本番で音響操作する人が一掃の場合もあれば、別々の場合もあります。こういう効果音をこのシーンで出したいとか、こんな感じの音楽をこのシーンで流したいといった演出家のイメージに合わせて、効果音や音楽を選んだり作ったりすることが主な仕事ですね。「わたしの星」では、生演奏のシーンもあるのですが音のバランスをとるのもひと苦労だと思います。

staff credit

衣装

作品の時代背景や登場人物のキャラクターなどから、キャストの衣装をデザインする人のことです。服飾デザイナーさんが描くような衣装のラフスケッチを描いて、演出家と方向性を決めていきます。ゼロから縫製していく場合もあれば、既製品に手を加えて衣装にする場合もあります。本当に予算のない場合なんかは、キャストやスタッフの私物を持ち寄って衣装に使うなんてこともあります(笑)。髪型やアクセサリーなどの指定までする場合もあります。

staff credit

宣伝美術

宣伝用のチラシやポスターなどをデザインする人のことです。『ままごと』では、劇団立ち上げ当初よりセキコウ(関田浩平)さんというグラフィックデザイナーにお願いしています。『ままごと』の場合、作品の核が固まった段階で、演出家とプロデューサーとセキコウさんの3人で集まってビジュアルイメージを考えます。だいたいチラシ撒き始めるのが、公演の2ヶ月ぐらい前かなので、ストーリーがまだ固まってない段階でチラシを作ってもらわないと間に合わない。デザインしてもらった後に設定が変わることも珍しくはないから、演劇のチラシとかがポスターに、抽象的なイメージのものが多くはそれが理由ですね(笑)。

staff credit

宣伝写真

チラシやWEBなどで使用するイメージ写真を撮影して頂く方のことです。『わたしの星』の宣伝写真を担当してもらった写真家の濱田英明さんとは、2013年の瀬戸内国際芸術祭で『ままごと』の作品を撮影してもらったのがきっかけで知り合いました。作品を創る上で、最初に仕事するのが宣伝美術に関わるデザイナーや写真家の方たちなので、作品のイメージを共有する上でも重要な役割だと思います。

staff credit

演出助手

稽古場で演出家のサポートを担当する人ですね。稽古のスケジュールを一緒に考えてもらったり。演出家が別の仕事で稽古場にいなくなるときには、演出助手が主導して暫定的にシーンを作っちゃう、なんてこともあります。あと演出家が「こういう小道具が欲しい」とか言い出したら、次の日には用意しておいて稽古場で試しながら使えるようにしてくれたり。

『わたしの星』の時は、高校生キャストの精神的なケアまでしてもらってました。まだ思春期で不安定な子たちですから、といっても、これは本来の仕事の範囲ではないですけどね(笑)。

staff credit

制作

演出家、制作総指揮と共に、劇団内で公演の企画を立て、集客のための広報、稽古場のケア、票券(チケット管理)、公演当日の現場の連絡・運営など、お客様に劇場に足を運んでもらい観劇して頂くまでの準備を一括して担うのが制作という仕事です。

実務的なことでは、稽古場で発生した問題を迅速に調整・解決したり、公演チケットをどの会社に委託してどれくらいの枚数を配券するかなどを決めるのも制作の仕事ですね。広報や営業などももちろん制作の仕事です。各スタッフとの打ち合わせなども基本的には全て制作がセッティングします。

「ままごと」では、劇団員である加藤仲崇が制作全体の進行をディレクションしています。

staff credit

制作統括

実際に劇場に入ってから制作周りの仕切り・進行が制作統括って感じですね。

公演当日の受付開始2時間前には、お客様の場内誘導や票券(チケット管理)担当者と打ち合わせをするんですけど、今日の動員はこれぐらい入りそうなので客席は何席ぐらいは用意してほしい、遅れる客は何人ぐらいいそうなので「遅れ席」はこれぐらい確保してほしい、当日券は何枚くらい出せそうなど、当日の予約状況を見ながら、制作統括が全体に指示を出していきます。

『わたしの星』の場合は、劇場の制作主任である森元さんに制作統括として現場に入ってもらいました。

staff credit

製作総指揮

製作総指揮は、その公演のプロデューサーだと思ってもらっていいかと思います。公演の企画立案から、資金集め、予算の管理、キャスト、キャスト・スタッフへのオファーなどを行い、制作や制作統括の動きを俯瞰的に見えています。広報であれば、どこに狙いを定めてどのような戦略を立てるのかなど。『わたしの星』の場合、全国の高校に情報を送ったり、関東圏の高校演劇部には招待状も併せて送ったりしました。

制作、制作統括、制作総指揮、これはひとつのチームみたいなもので、常に連携を取って動いています。

staff credit

特別協力

特別協力に記載されている「急な坂スタジオ」は稽古場のことです。『ままごと』主宰の岸幸男が「急な坂スタジオ」のレジデント・アーティストなので、無償で稽古場を貸してもらったりと多大なサポートをしてもらっています。

協力

『わたしの星』の場合、「キューブ」と「ボックスコーポレーション」という芸能事務所の名前が記載されています。この2社は『わたしの星』に出演しているキャストが所属している芸能事務所、マスコミへの広報を協力してもらったり、テレビ局のプロデューサーやディレクターを公演にお願いして頂いたりと助けて頂きました。

企画制作

企画制作は、企画者や発起人に当たるかと思いますが。もともと『わたしの星』の企画が生まれたのは、劇場から『わが星』を高校生と一緒に作ってみませんか? という依頼があったのがきっかけだったんですよ。こちらとしては、それならば高校生と一緒に新作を作りたいということで、お互いのアイデアが合致して『わたしの星』になりました。

主催

主催は、催しや行事を開く際に中心的な役割をする人物及び団体のことを言います。今回の企画であれば、劇場である三鷹市芸術文化センター星のホールを運営する「三鷹市芸術文化振興財団」(現・三鷹市スポーツと文化財団)がそれに当たります。

チケット収入は主催に入るので、劇団は主催(劇場)から作品制作依頼費もらって、そこから予算を組んでいきます。この場合、集客が芳しくなかった(チケット収入が少なかった)としても劇団側がリスクを背負わなくていいというメリットがあります。ただし主催には名前が載らないので、予算が足りなかったとしても助成金の申請などは出来ません。

演劇公演の主催クレジットを見てみると、どのような仕組みで公演が成立しているのかわかったりして面白いかもしれません。

悪事を周回するかのようで彼女たちは
真う。柔らかなライティングが美しい



スタッフ・クレジットもいいけど……

CDジャケットの 規定文もおもしろい!

ここまではスタッフ・クレジットに関して紹介してきたが、

「早送りしたり、読み飛ばしがち」という意味では

CDジャケットの規定文も負けない(?)存在だ。

ここでは数多くのCDジャケットを手がけるデザイナー、

木村 豊さんの「規定文の考え方」をお届けする。

なおこのテキストは、3月末に発売する書籍

『死んだらJ-POPが困る人、

CDジャケットデザイナー 木村 豊』からの先行公開となる。

●文 江森文晃 ●写真 谷本 夏[studio track72]



『死んだらJ-POPが困る人、 CDジャケットデザイナー 木村 豊』

CDジャケットデザインの第一人者、木村 豊。手がけているアーティストは、スピッツ/椎名林檎/木村カエラ/ユニコーン/アジカン/Superflyなど多数。この本は、そんなCDジャケットデザイナー木村 豊が自身の仕事、そしてデザインの仕事について語り下ろした書籍です。定価「本体1600円＋税/216ページ/A5判」エムディエヌコーポレーション

タイトルや曲目の文字組みとは別に、彼が密かに力を入れているのが、「規定文」のレイアウトです。規定文というのは、著作権などを管理するため表記されている、「このCDは一定期間貸与で非許諾商品ですが、この期間経過後も権利者の許諾なく貸買業に使用することを禁じます……」というようなテキストのことですね。大抵その近くには、レコード会社のロゴやバーコードなど、管理や流通のために「入っていないといけないもの」が入ります。

ここにこだわり始めたのは、高橋徹也の『チャイナカフェ』あたりのことだったと思います。縦長の文字ボックスに、すべて「尻揃え」で組んでいて、なおかつ曲目は一番下。本来は邪魔なはずの規定文を、写真の飾り罫のように見せられないかと考えたんです。こういう発想に行き着くまでは、規定文も仕方なく入っていた部分がありましたが、手法によってはデザインのサポートにつけられることがわかって、今となっては規定文のことが大好きになりました。逆に規定文やロゴマークの

『チャイナカフェ/高橋徹也』
AD+D: 木村 豊[Central67]
P: 渡川英郎 Hair & Make: 柳原功太郎
1997/キューンミュージック



要素が少なすぎると、ジャケットっぽくならないというか、「製品」として着地でできない気持ちになったりもします。

あるデザインの専門学校生が「架空のCDジャケット」という課題でデザインしたのを見たことがあるんですが、そこにもダミーの規定文やバーコードが入っていました。一般流通する売物ではないので必要がないにもかかわらず、入っていた。それはやっぱり、規定文がデザインのための安心材料になっていたということだと思います。

ばう店頭に並んでいるインディーのCD-R作品なんかを見てみると、バーコードもなければ規定文も入っていないと、あれはあれで手売りのプライベート感があっていいとは思うんですが、やっぱり「製品」という感じはしませんよね。

僕がこういうことをやり始めた頃は、レコード会社に「規定文は定型通りに入れてくれ」と何度も言われました。でも、そこにしつこく抗っているうちに、慣れてくれたというか、諦めてくれましたね(笑)。決してルール違反ではないです



『Initiation of life / 石塚未子』
AD+D: 木村 豊 [ContraB7]
Cover Art: 五木田智央 写真: 大野 真
2012 / Itelcity

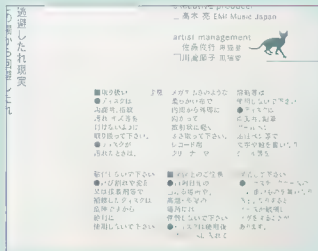
『能動的三分間 / 東京事変』
AD+D: 木村 豊 [ContraB7]
2009 / EMIミュージック・ジャパン

み方を試しています。これは「思い入れのまったくない文章をどう読むか」というトライアルです。たとえば雑誌や新聞の場合は、読みたいものは大きく目立つように、というテキストのヒエラルキーがありますよね。その反面、規定文というのは読まれることを前提としていないものなので、そこを放置しておくのか、手をかけてやるのかというところにデザイナーのこだわりが出ると思うんです。思想や感情のないテキストだからこそ、こういうことができるわけですし、もしこれが歌詞だったら、やりすぎだと怒られる可能性がある。逆に、どう組んでも構わないけれど、1字たりとも動かせ

ないのが規定文。言い回しを変えたら怒られますよね(笑)。

赤い公園の『公園デビュー』はDVDがついた初回盤で、こういう作品の場合は苦労しますね。規定文もCDとDVDのディスク2枚ぶんの分量が入りますし、表示しなくちゃならない要素も2倍になる。映像とジャケットの制作が同時期に進行していることも多いので、きれいに組んだものを土壇場でひっくり返されることも多くて、こっちは「密集したテキストのフォルムとしての美しさ」に命を懸けてるのに、もう、なんてこてしてくれるんだ! という(笑)。

ポリシックスの『Wooooooooo!!!』



の規定文は、あえて文頭に句読点や仮音を置いて、エラー感やグリッチ感を強調しています。この作業は単純に見えて、アプリケーション

が自動処理してくれる“禁則”を無視することになるので、ちょっと面倒でしたな。

規定文の文字組みに関しては假



PORTFOLIO NO.45

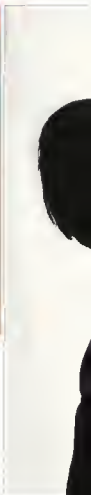
YUDAI MARUYAMA

【ユウダイ・マルヤマ】

映像作家、写真家。1987年生まれ、新潟県出身。高校卒業後アメリカに渡る。サンタバーバラシティーカレッジ映画学科卒業。2014年、フリーランスとして活動を開始。ミュージックビデオ、ファッションムービーをはじめさまざまなコンテンツで活動中。

● 取材・文 足立綾子

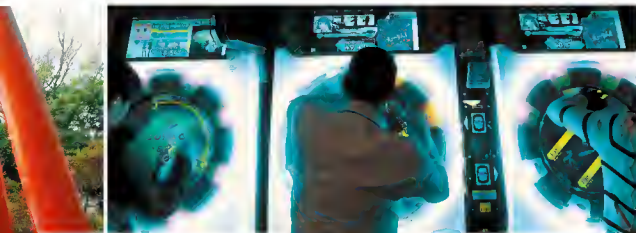
● 写真 谷本 夏 [studio track72]



「Nipponia Nippon」SALU/MV Director YUDAI MARUYAMA 2016 / トイズファクトリー

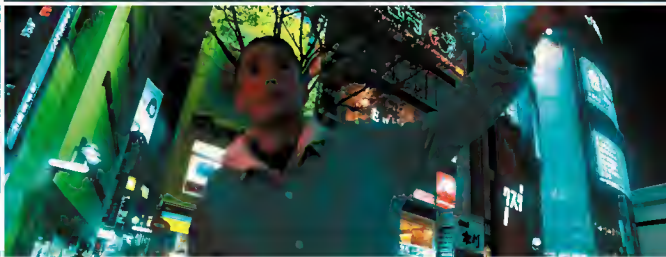


「水筒も子が届こなす EMODA 2015AW 最新カタログ」Concept Movie Director YUDAI MARUYAMA 2016 EMODA

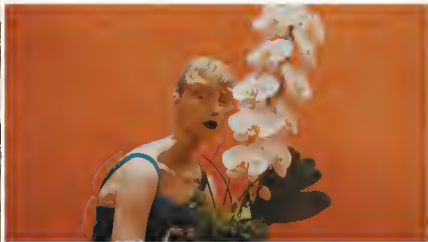




[Mr.Tokyo Mademiyu] MV Director YUDAI MARUYAMA, Anton / 2016 Privateclub Records



[Outside the Frame AKLD]MV Director:YUDAI MARUYAMA 2016 トイズファクトリー



[SHEL'TTER 2017 SPRING]Visual Movie Director:YUDAI MARUYAMA 2017 SHEL'TTER



[Sleep Walking SKY-HIX SALU] MV Director YUDAI MARUYAMA 2016 トイズファクトリー



[Eyes feat. 10 & RYKEY SIMON] MV Director YUDAI MARUYAMA CAMERA KENJI KITAZATO 2016 COME TRUE RECORDS

映像作家／写真家

YUDAI MARUYAMA

「アメリカから戻ってきたら東京がすごく新鮮で、
その頃の感覚で撮っているの、自然と海外から見た日本の映像になる」

SALU、AKLOなどのヒップホップのアーティストのMVや、アパレルブランドの映像コンテンツなどを手がける気鋭の映像作家 YUDAI MARUYAMA さん。高校卒業後にアメリカに渡り、映像制作を学んだというその映像は、海外から見た日本という視点で撮影されているのが独創的だ。経歴や制作背景について伺った。

■映像に興味を持ったきっかけは？

僕、3歳くらいから映画好きの親のホームビデオカメラで遊んでいたようなんですが、その後「アルマゲドン」を見始めたのがきっかけで洋画にハマって、小6の終わりにくらいから中学校3年間、友達と映画をずっとやっていました。撮影の原理が分かってない「マトリックス」「ミッション：インポッシブル」「チャールズ・エンジェル」などのパロディを、当時流行ったスローモーションをまねて撮っていました。スローモーションはすごく好きで今でも手法として使っています。

音楽もエロスミスの「アルマゲドン」の主題歌から洋楽を聴くようになり、リンパ・ビズケットなどの当時流行りのPVを繰り返し見て、アメリカへの憧れを募らせていました。高校2年生の時に、ホームステイで初めてアメリカに行ってきたら、ヒップホップをより聴くように。将来、映像制作の仕事に就きたいと思い、映画や写真などアート系に強いサンタバーバラシティ・カレッジに進学しました。

■アメリカではどんな勉強をした？

アメリカでは教わるというよりも自分で作品を作りながら映像の基礎を覚えていくのですが、現地のアメリカ人と意見を出し合ったり試行錯誤したことで、技術力が伸びたと思います。映像制作に加えて、写真も一年間勉強しました。アメリカの13th Witnessというカメラマンに憧れたのと、コマコマ、スクリーンショットを取っても写真になるような映像を撮りたいと思って、写真も勉強したんです。

大学を卒業する年に学校のワードで、タイムラプスなど新しい手法を積極的に取り入れた作品が賞を獲ることができて自信ができました。卒業後は、アメリカで活動することも考えたので

すが、東京を知らずに地元の新潟からアメリカに渡ったこともあって、まずは東京で経験を積もうと帰国し、撮影スタジオで働き始めました。

■アメリカにいた頃は、日本のクリエイティブには触れていたのですか？

主にアニメですね。「AKIRA」や新海 誠さんの「秒速5センチメートル」の映像がすごく好きで。日本って、新宿って、こんなにきれいだっただと日本の街並みに対する印象がいろいろ意味で変わりました。

■現在の仕事につながるきっかけは？

スタジオ勤務していた頃に渋谷のクラブでスナップ写真や映像を撮るなかで、VJやラッパー、ブランドディレクターと知り合い、その人脈から仕事に派生していききました。

あとは、アコンプライズというアメリカのストリートブランドのオーナーが、僕のことをアメリカの学生時代からすごく評価してくれて、ブランドのリリースイベントのムービーなどを撮っていたのですが、そこらからChooseyというラッパーのPVのオファーがきました。その時に撮った「Fly Me To The Moon」のPVがきっかけでさらに仕事も人脈も広がったので、転職になった作品ですね。映像にもカルフォルニア感をすごく出せたので個人的にも気に入っています。

■海外から見たような映像というのが特徴的ですが、そのあたりに意識は？

アメリカから戻ってきたら、東京がすごく新鮮で、その頃の感覚で撮っている感じなので、自然と海外から見た日本のような映像になるのかなと。

■MVを撮る時のおもしろ制作の流れは？

まず曲を聴き、たいたいのロケーションを決めます。頭の中に映像ではなく何十枚か写真があって、そのなかにアーティストを置いてみるんです。そのあとに歌詞を聴いて、こういうストーリーを立てて撮りたいように考えます。ロケーションは、屋上で撮るなら後ろに電車が走っているとか、背景に情報量が多いところを選んで、MVを何回見ても飽きないような画面にすることを大事にしています。

■丸山さんの手がけるMVでは、渋谷や新宿などの街がよく映りますが、ロケ地はどのように？

ロケ地はGoogleマップで目星をつけて、あとはほとんど歩き回って探しています。例えば、東京でニューヨークっぽく見えるところなど、(海外に見える東京)をよく探しています。そうやって年中ロケハンしたり、普段から撮りためた映像素材のストックの一部を、MVの合間にフックになるようなカットとして挟み込んでいます。あと、写真と考え方は同じですが、今の東京を残しておきたい気持ちもあります。渋谷の工事現場とか、その時期でしか撮れないものをMVのなかに取り入れています。今までの作品で、東京をきっかけで見た映像は撮れた手応えがあるので、次は地方をもっともっとよく見せられるものを作りたいと考えています。

■「Mr. Tokyo / Maidentyo」はアメリカの人気ラッパーが東京の街を背景に撮影していますね。

この仕事は、僕のインスタグラムにアップしたMVなどを見てオファーをいただきました。Maidentyoは、もともと横須賀の米軍基地に住んでいたこともある人なんです。「東京に残ってきた」というローカル感を出したいという要望があったので、ゲームセンターや渋谷の路地裏など、Maidentyoが観光客に見えないようなロケーションを本人と相談して撮影しています。

■映像の色調も特徴的ですがこだわりは？

東京を暗めの雰囲気で作って、色調は海外っぽく調整しています。例えば「Outside the Frame / AKLO」のMVでは、題名から「フレーム外」ということで、都会から離れた千葉県の本更津市にある工場と渋谷で撮影しています。渋谷が異次元に見えるように、「ブレードランナー」の世界観を参考にしました。作品によって映像の質感は異なりますが、基本的にはフィルム感のあるものが好きですね。

■今後の展望は？

一番やりたいのは、日本のアーティストにフォロースタイルドキュメンタリー。英語の字幕を付けて、海外に向けて東京のアーティストを紹介していきたいです。あとは、もともと映画を勉強していたので、いずれは自主映画も撮ってみたいと思っています。





創る。 Vol.44

雨模様の市街地をカメラで捉えたような、動物的印象のイラスト。本作は、Photoshopを使って描き込んだ絵にカメラ映像を模したさまざまなぼかし効果を活用し、降りしきる雨粒や風景に対するリアルな空気感と距離感を演出している。

創るヒト



syos5 [シヨウゴ]

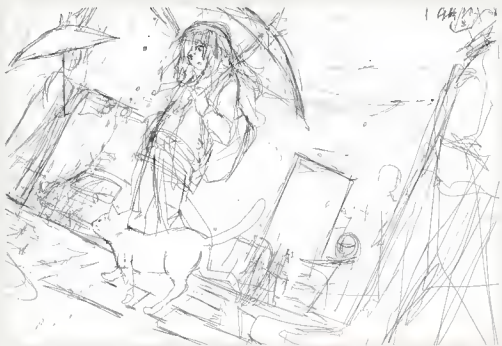
イラストレーター。主に青春の風景を中心に活動中。「最後の日」は絵を仕上げた後を想う(二次宮教人系、T.O.文庫)など、アニメーション、映像作品の表現を意識した時間の流れ、物語性、世界観の強い作品を描く。

url: syos-5.wixsite.com/syos5

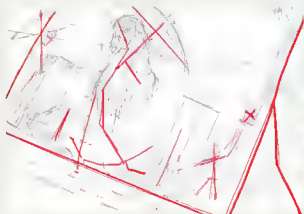
Making Point

イラストのコンセプトに沿ってラフから線画を描き起こす

01 作品の設定を決めてPhotoshopで大ラフを描く



はじめにイラストの設定を考え、大まかにラフを描いていく。制作にあたっては、あらかじめ「雨」「アニメのワンシーンを彷彿とさせる構図」というコンセプトがあったため、舞台は雨の市街地、横断歩道を渡る人々の間を水しぶき上げて野良猫が駆け抜けるという場面設定で描くことにした。雨、複数の人物、背景など要素が多い絵になるため、画面が散らからないよう、絵の中央手前の空間に猫、水、女の子の3つを配置して画面の主役に定め、まずここに視線が行く見やすい絵になるよう意識する



動きのある画にするため、赤線を描いて人物や物の軸を確認しながらラフの制作を進めていく(左)。軸が傾いてしまうと動きの弱い画面になってしまうため、筆者の場合、今作のような動きの多い絵を描く際は、特にこの軸を重視している。おおよその構図が描けたら、軽く着色して色が乗った完成時の見え方をイメージしておく

02

色バランスを考えながらざっくりと彩色する

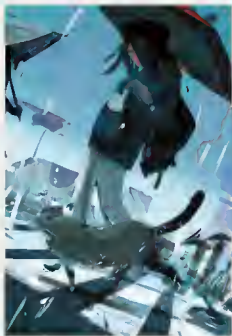


ナビゲーターパネルで全体を確認し、色のバランスを考えながらラフに着色していく(左上)。ひとまず全体を塗り進めたところ、人物のシルエットと雲との対比が強すぎて主役の猫や雨が目立たなくなりそうなので、雲の明るさを少し落として銀雨待ちする車のライトを強め、雲と雨により際立つように調整した(下)



03

さらに色を乗せて全体のイメージを掴む



全体の見え方が掴めてきたところで、もう少し描き込んでイメージを固めておく。ここでは、雨に濡れて光が反射する手前のアスファルトや、横断歩道の白線を描き込んだ

04

下絵を参照しながら線画を清書していく



線画を整えていく。まずはラフを描いたレイヤーの「不透明度」を下げ、ラフを透かして見ながら新規レイヤーを作成して下書きする(左)。その後、中央の女の子、他の人物、猫をそれぞれ別の新規レイヤーを作成して書き添えていく(右)。ブラシは「基本ブラシ」から「ハードメカニカル」を選択。なお、今作では、線画や直線などのはっきりした線は「ハードメカニカル」、光など柔らかな表現は「ソフトテクニカル」、その他の彩色の大半は「ハードメカニカル」を使い、必要に応じてオプションバーで「不透明度」や筆圧のオン/オフを設定する



Making Point

1 清書した線画に色を乗せて各モチーフを整える

05

ベースの色と陰影をべた塗りする



線画を基に着色していく。今作ではアニメの売りのタイストを採用し、まずは線画の背面に新規レイヤーを作成してベースの色をべた塗りする。次にその前面に新規レイヤーを作成して「クリッピングマスクを作成」を適用後、レイヤーを「描画モード：乗算」などに設定して影を落していく。ここでは主役の女の子、他の人物、狼を別レイヤーに分けて塗り、背景も適宜新規レイヤーを作成して、草やビルのアウトラインを整えて行った

06

動きを持たせながら
雨の筋や水しぶきを描く


キャラクターの前面に新規レイヤーを作成し、雨や水しぶきを描く。雨の降る様子は縦方向の短いラインで表現したが、ブラシサイズや不透明度の筆圧感知設定を活用し、下部にいくほど線が細くなるように描画。また、画面の手前ほど太く、奥ほど細くするように強弱を持たせて遠近感を出した。さらに、ラインごとに向きをまばらに描くことで、画面に動きを持たせている

07

各モチーフを修正しながら整えていく



ひと通り描き込んだところで全体を確認し、描き込みと修正を繰り返して各モチーフや全体の見え方を整えていく。ここでは、まず中央の女の子の体のバランスを整え、口元を緩ませるなどして表情がより豊かに見えるように調整した（左上）。その後さらに線画を読み、[描画モード：乗算]の新規レイヤーを作成して傘の陰影を描画。さらに体に当たる光の具合も整えた（左下）。ライティングは単一のライトが当たるイメージで、新規レイヤーを作成して「描画モード：オーバレイ」に設定し、顔や服を中心に明るい水色を乗せた。女の子ができた。他の部分も描き進めていく（右）

Making Point

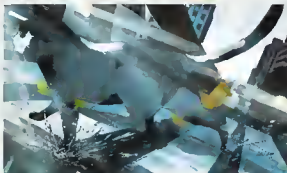
1 細部を仕上げカメラ映像風の効果を加えて完成

08 特徴的な部分を捉えて 遠景のビルや車を描く



背景を描き込む。遠景にあるビルや車には後ほどぼかしをかけるため、細部よりも特徴的な部分を捉えることに重点を置く。ビルならば大きな窓影や窓、道路の案内標識ではベース色の青と文字や記号の白というように、実際の街中でも離れた距離からよく見える部分を描き出していく。そのほか、ここでは空の情報量が少なく寂しい印象に見えたため、背景に[描画モード:乗算]の新規レイヤーを作成して雲を描き、密度を高めた

09 毛色をなじませながら 猫を描き込む

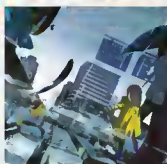


猫のデタイルと足元の水しぶきを描く。猫の姿勢は、3つのレイヤーにベース色の白、黒のふち模様、全体の陰影をそれぞれ重ねていたが、ここで模様の黒と白を混合ブラッシャーでなじませながら整えた。また、水しぶきは大小の変化を付けながら、透明感、ハイライト、周囲の背景が映り込む表情を意識して描き込んだ(上)。そのほか、ここでは最前面に新規レイヤーを作成して[描画モード:スクリーン]に設定し、白黒のノイズをかけて映像フィルムのような粒状効果を加えている(下)

10 カメラレンズ風のぼかし効果を入れる



新規レイヤーを作成し、降り注ぐ雨を描き足す。ここでは、迫力と臨場感のある空間を描き出せるように、最も手前に降る雨を太めのラインで描画(上)。さらにフィルターメニュー→「ぼかしギャラリー」→「ナットレフト」を適用し、手前に降り落ちる雨に対してカメラのピントがぶれる感じや、雨の降るスピード感を演出する(下)



先ほどの雨と同様に、猫が跳ね上げる水しぶきも一部別レイヤーに分けて描き、「ナットレフト」を適用して跳ねているイメージを演出する(上)。そのほか、ここでは遠景の車やビルの見え方が強かったため、暗い色味のレイヤーを[描画モード:スクリーン]で重ねるなどして明るくし、空の色味に近づけることで遠景のものが空気に溶け込んで見えるように調整した(下)

11 不足部分を描き込んで 絵を仕上げる



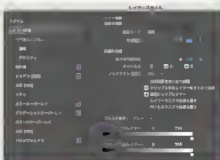
全体のバランスを見ながら、不足部分を描き込んでイラストを仕上げる(上)。ここでは、傘に雨が当たる際の小さな水はねや、傘から雨がこぼれ落ちる表情を描写(下)。また、雨の表現が一部強すぎるところがあったため、消しゴムツールの「不透明度」の筆圧感知をオンに設定し、少しずつ雨が強すぎる部分を薄めていくなど、画面全体の見え方を整えた

12 フィルター処理で 近景と遠景の距離感を強調



絵ができたところで(上)、最終的な加工を行っていき、ここでは、ぼかし処理による距離感の調整を行う。まずは背景のビル群をそれぞれ1つのレイヤーに結合し、フィルターメニュー→「ぼかしギャラリー」→「フィールドぼかし...」を適用して遠景がぼやけて見えるように加工。同様に、雨の各レイヤーも画面中央付近にピントが合うよう、「ぼかしギャラリー」→「虹彩絞りぼかし...」を適用して画面奥の雨の水滴にはぼかしをかけた(下)

13 色ズレなどの加工と全体の色調整を行い完成



映像のテストを出すため、ここで画像を統合し、レイヤーを複製して「レイヤースタイル」→「レイヤー効果」を選ぶ。絞って「高度な合成」にある「チャンネル:R」のチェックを外した後(左上)、移動ツールで画像をわずかに動かす。色収差を模した色ズレをつくる(左下)。次に中央の猫と水しぶき、女の子の焦点が合うように「虹彩絞りぼかし...」フィルターを適用後、画像を再度統合して「ノイズ」→「ノイズを加える...」フィルターで粒状感を追加。最後に、若干黒く沈んでいた色味を「新規調整レイヤー」→「トーンカーブ...」で明るく整えて作品を仕上げた(右)

DESIGNING the MOMENT

● 江森文 江森文男

シャッターでデザインしてみたい

グラフィックデザインや編集を生業とする江森文男が、「写真一発でデザインしてみる」という活動。星介限の撮影機材とともやかな話込み。こどものじっけん精神もしくは雑賢な過常業務からの想像的発想(＝発想?)をもって、光と瞬間をグラフィック比していきます。



アニメやイラストのエフェクト表現をディープに追究!

MdN EXTRA Vol.4
エフェクト表現の物理学
爆発・液体・炎・煙・魔法を描く



Graphic
Design

定価 本体1,500円＋税
120頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6579-2

「爆発」「液体」「炎」「煙」「魔法」などの視覚効果演出＝エフェクトをテーマにしたムック。アニメにとどまらず、イラストや漫画なども含めたエフェクト表現の描き方、楽しみ方を解説・紹介していきます。

New
Release

APRIL 2017

**MdN
MOOK**
Series

MdN 最新ムック紹介

Graphic
Design



月刊MdNにてマンガやアニメの領域のグラフィックデザインを取り上げた特集を集め、再収録したスペシャル号。その動向からノウハウまでを伝える内容です。

月刊MdNで話題を得た特集をまとめて再収録!

MdN EXTRA Vol.1
マンガ&アニメのグラフィックデザイン

乃木坂46の映像作品に焦点を当てた資料性の高いムック

MdN EXTRA Vol.3
乃木坂46 映像の世界



乃木坂46の映像作品を追及したムック。乃木坂46のミュージックビデオ撮影時の写真、映像作家やメンバーのインタビュー/対談など資料性高くその内容に迫ります。

MV Making

定価 本体1,800円＋税
224頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6629-7

定価 本体1,667円＋税
136頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6495-5

Graphic
Design



マンガやアニメ作品の文字表現という視点で月刊MdNの特集や連載をピックアップして収録。クリエイターにかぎらず、誰でもその文字表現の奥深さが楽しめる一冊となっています。

注目マンガ&アニメのタイポグラフィを楽しむ!

MdN EXTRA Vol.2
マンガ&アニメのグラフィックデザイン
タイポグラフィ編

本の詳細⇒ url.www.MdN.co.jp/Books/ ご購入⇒ 全国書店、およびオンライン書店にてお求めください
内容に関する問い合わせ⇒ エムディエヌカスタマーセンター e-mail: info@MdN.co.jp

FLYING DICTIONARY

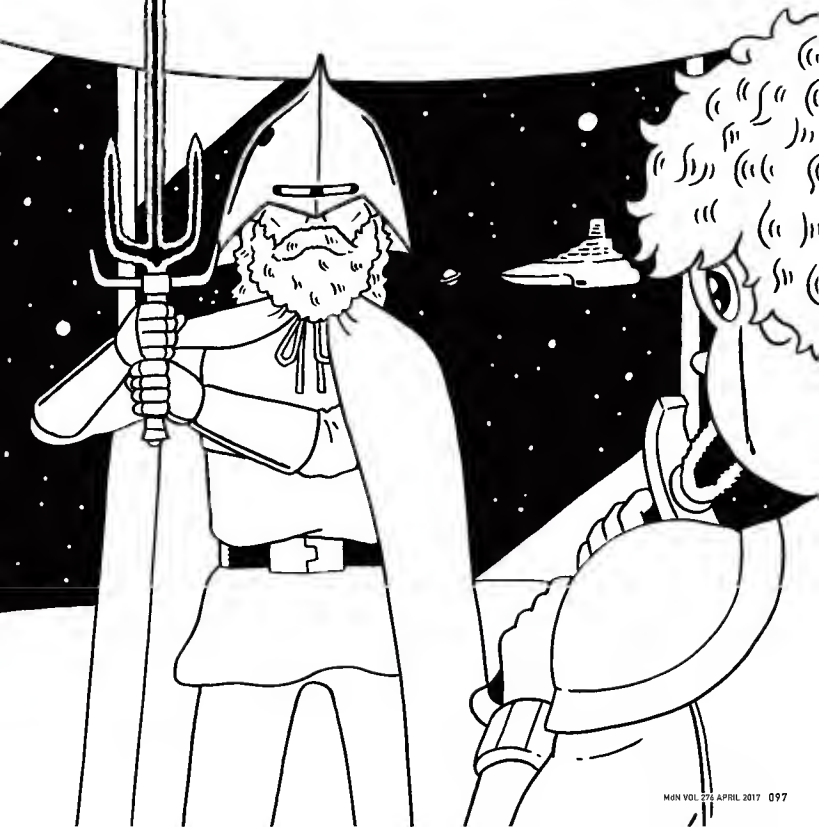
no. 32

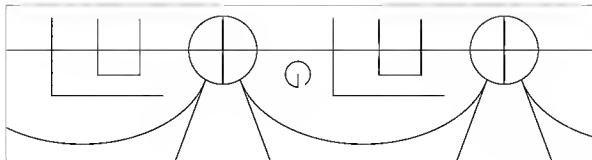
イラストレーターのJUN OSONがフライング気味に言葉をイラストで解釈!

Monthly Word > Master [m'æstə]

④ 達人、支配者、(腕前の)優れた、(感情など)を抑える

『ルミナス英和辞典』第2版 研究社 より引用





DALI by Daigo Ohsa

井口皓太

第23回『僕の知らない世界』

2歳になる息子が「見る鉄」である。「見る鉄」とは、電車を見ることに重みを置いた鉄道オタクであり、不思議なことに乗ることにはてんで興味がない。電車が到着する場面や、出発する姿に半端ない興奮を覚えるらしく、休日はもっぱら四条河原町で阪急電車を迎え入れ、送り出すの流れをリピートしている。「見る鉄」の鑑賞スポットの遊び方は、スバリ終点であることである。なぜなら、電車の滞在時間が長いからだ。「ババも見てみる」と指図され、一緒に頭を首をひねって見てみたり、「前で見ると、後ろで見ると」とホームを行き来したりと、「見る鉄」はとにかく忙しい。不思議に思い、自分の母親に「俺で小さい頃電車好きだった？」と聞いたのだが、覚えていないと言う。印象に無いということは、興味がなかったのだろうと察した。

そういえばあれは小学生の低学年だったか、クリスマスプレゼントにサンタクロースから、「Nゲージ」といふかなりリアルなラジコンの鉄道模型が届いたことがある。幼いながらもリアクションに困ったのを記憶している。あれは今思えば、親父の趣味嗜好の強要だった。父親の意に反して、ジャンプ台を作って吹っ飛ばしたり、線路にスライムを置いてつぶさせたり、散々な遊び方をし、少年時代の僕の鉄道との関わりは幕を閉じたのであった。余談だが、親父が大切にしていた競闘機のプラモデルの両翼に、ロケット花火をつけて飛ばした時も、「ばかやろー」と呆れながらも笑っていた親父は寛大だった。何事にも慎重できちょうめんな自分とまったく性質が違ふ息子を見るのが面白かったんだろう。と、親不幸ながらも今は分かる気がする。

そんな僕が、自分でもまじかなのだが、今息子によって電車への興味の扉が開き始めている。息子が「カッコいい〜、おっけいね〜、すごい鉄〜」と念仏のように囁き合えるのだから「なるほど、これは人知の結晶、文明の傑作なのか」と自分の中で鉄道の見方がアップデートされたのだ。極めつけは先日家族で行った「京都鉄道博物館」で見たSLである。色んな形をして、アルファベットと数字の記号を顔に付けてる奴らの堂々たる立ち振る舞いを見た時にガッツンとやられてしまった。息子より先に「カッコい

〜」とうなってしまったのだ。自分の中で「なぜ？」の塊だったキャラクター「トーマス」との和解の瞬間である。周りを見ると、僕と同世代やさらに上のオジさんたちが、1人でここに来て、やや家族連れが多い中で気まずそうに写真を撮っていることに気付く。「この人たちは、僕よりずっと前にこの魅力に気づいていたのか」と、今まで見てこなかった世界の存在を知るのであった。

息子がいつまで鉄道に興味を持つものかは分からないが、その年齢によって刺激があるものは変わってくるだろうし、友人から影響を受けることもあるだろう。ゲームを買ってくれと言われる日も近いかもしれない。車掌さんになってくれたら息子の初運転に乗車しようなんて夢話したこともあるが、そんなに人生ストレートにいくもんじゃない。沢山の寄り道をしながら、いろんな世界を知り、広げながら成長するのだろう。2歳児の無限の可能性を感じながらも、その待ち受ける膨大な情報量を感じて度れてしまう自分は、立派なオッサンである。

しかし、僕が30を過ぎてから鉄道の良さを理解したように、今だからこそ突き動かされることは多いのかもしれない。昔は自分の好きなものやこだわりは曲げたくない、他人に影響されたくないなんて思っていたけど、今ならばその面白さ、可能性に胸が躍る。デザインやアートといった世界では、そのインスピレーションの泉みたいなものに焦点が当たったことも多いが、皆それぞれの人生で生まれた経験や関わり合い、他者の影響があるとするならばとても興味深い。

そんな文章を書いている京都から東京に移動の途中、並走する真っ赤な名鉄(名古屋鉄道)を見つけて、一人心が躍ったのである。息子にも見せたかったー、と思う僕も今や立派な「見る鉄」なのだった。

【いぐちこうた】1984年生まれ。武蔵野美術大学基礎デザイン学科在学中に株式会社「TYMOT」を創立。以後グラフィックデザインを軸にゲームでのモノづくりを行い、TVCM、MVのディレクター、近作では、ミッドガルミュージアム、ミラノ万博などの空間的映像表現のディレクターも務めている。また2013年には、所属グループを結成したクリエイティブチーム「CEKAI」を立ち上げ、京都と東京に拠点を置き活動している。主な受賞歴に D&AD Yellow Pencil / 東京 TDC賞 / NY ADC gold など。
url: tymot.jp/



DAMI by Noboru Ohtani

岡野 登

第23回『あの頃の自分に伝えたいこと。』

久々に懐かしい人たちと再会した時の事です。

SNSを通じて以前に勤めていたデザイン事務所の人から選社後初めて連絡が来ました。ギンザ・グラフィック・ギャラリーで、事務所の代表が個展をやるので、それに合わせて、久しぶりに集まろうとその当時のスタッフに一人一人声を掛けていたのです。

事務所にデザイナーとして働いていたころは、ちょうどバブルの真っただ中で、日本中が活気にあふれ、泉のように湧き上がる資金が広告業界を潤し、メセナの名目で企業が芸術、アート、文化を積極的に展覧会やイベントとして発表していきます。とにかく話題になったり注目されることが目的としたものが街中を埋め尽くしていた、そんな時代です。

当時は博覧会ブームや地方活性化プロジェクトなど、ゼロから立ち上げた企画が、次から次へとあつという間に具現化していました。毎日がとにかく刺激的で、活気があって、展開の早さについていくのに必死でした。自分たちが仕掛けた渦が、徐々に外に広がり、その輪の中心がこの現場なんだと実感しました。やがて5年を過ぎた頃、知り合いのデザイナーが、次々と独立していく中で、まだ自分の実力が世の中に通用するかわからないのに、なんとなく流れに任せるまま、予定よりも早いタイミングで独立することになりました。

独立してからは、事務所には連絡することも、顔を出すこともほとんどせず、次第に足が遠のいてゆきました。別に会社や仕事や人間関係が嫌になって辞めた訳ではないので、行きにくい理由もなかったのですが、独立した以上、やはり結果を出すというか、それなりに世間から認められるまで、中途半端な段階で顔を見せたくないと思ったのかもしれません。結局、タイミングを見失ったまま、きっかりもつかず、ずるずると時間だけがたっていたのです。

個性が開かれているギャラリーでは、カリグラフィと絵画で表現した新作と、アート、デザイン、演劇、イベント、雑誌編集など、クリエイティブ・ディレクターとして関わった軌跡がまとめて展示されています。本人自らの展示についてのエピソードを語るギャラリートークを聴く間、忘れていた記憶が少しずつよみがえってきました。

終わりの見えなかった仕事の山とデザイナーとしての将来の不安など、無意識にフタをして海の奥底に深く沈めていたものが、泡のように湧き上がってきます。

ツアーも終わり、飲み会が始まると、メニューの読み方も、料理の分け方も、あの時と変わっていないこと気づきました。まるで、毎晩夜遅くまで働いて、忙しい合間を縫って飲みに出かけていたあの頃のようなのです。

このメンバーでの会話は、話題が豊富で振れ幅が広く、それぞれの知識も深くて、一つ一つの話に面白さとキレがあります。常にアンテナを広げて、面白そうなものを見つけてきては、いち早く取り上げて企画に取り入れていたりしたので、感度の高さ、反応の早さは、どれも半端でないすごさがあります。まだ、インターネットも携帯電話もなかった時代です。デザイナーとかプランナーとかライターとか関係なく、スタッフみんなが、普通に通じ合う会話でできていたわけですから、知らず知らずに鍛えられていたのだと思います。自由な発想やひらめきが、目の前で具体化したのを目撃してきたことで、自ら制限することなく自由自在に大風呂敷を広げられたり、実現不可能を恐れず、発言出来るようになっていました。直接、具体的に教わったということより、いつの間にか身に付いていた感覚や体染み込んでいた習慣が、後々何倍も何十倍も役に立っていたのだと改めて実感しました。

事務所を立ち上げて、今はスタッフを雇う側になっていますが、自分が通ってきた道をなぞるように、ここを卒業してフリーのデザイナーやイラストレーターとして独立していた人がいます。自分が知らず知らずいつの間にか受け取っていた何かを、次の世代にちゃんと受け渡すことができているのか。そんなことをふと考えながら、日々続いていくのだと思います。

【おかののぼる】1961年埼玉県生まれ。筑波大学芸術学部卒業。1991年にCipher、を設立。ポスター、チラシ、プログラムなど、メジャー作品から単発作品まで数多くの映画宣伝を手がける。そのほかTV番組やコンサート、CDやDVDパッケージの制作。彼などさまざまなデザイン活動を展開。著書に映画宣伝のデザインをまとめた「MOVIE & DESIGN 映画宣伝のためのアートディレクション」(ビエヌエス創刊社刊)など。
e-mail: alpher@alpher.jp

デザイン 見えないデザイン サイコメトリー

第33回

不気味の橋

この橋から見える風景は、あまりに美しく、
一度渡ってしまうと、もう後戻りできないという。



一時期よく『不気味の谷』という言葉が聞きました。一体どういう意味なのでしょう。例えばコンピュータグラフィックスでリアルな人間を描こうとした時に、技術が発達していないとリアルに描くことができ



方は様
●表し
ては
しいで
す。石
黒氏
は究
極に
リアル
なロボッ

ず、単純化の戯画化された人間しか描けないのですが、それはそれで人間に見えたりするわけです。そこから技術が発達してくることで、どんどん本物の人間に近いイメージを作ることができるようになってくるのですが、ある程度まで近づいてきたところで急にリアルさよりも不気味さが勝ってしまうという逆転現象が起こります。そういう現象を表した言葉が『不気味の谷』なのです。何故『谷』なのかというと、その様子をグラフで表したとき、人間は『リアルさ』を縦軸に置くと、上がってくる直線が本物のちょっと手前でガクッと落ちて『不気味の谷』に転換してしまう、その様子が『谷』のように見えることから命名されたそうです。

CGだけでなく、ロボットなどでも見られる現象だったりします。例えばASIMO

のような、人型だけれどリアルを追求していないロボットでも、意外に人間っぽく見えたりします。逆にリアルを追求した、ロボット研究者の石黒 浩氏の作るロボットは、見た目こそ人間に似せていますが、どこか不気味さが漂ってしまっています(『大草で説明するのは難しいので、ピンと来ない

を目指して製作も続けていますが、やはりまだ本物の人間とは遠く、特にムービーなどで動きを見ると、ホラーかと思うような不気味さを醸し出しています。

ちなみに、石黒氏は自分と同じ顔のロボットも作っていて、二人並んだ時にそっくりに見えるように、自分の顔を整形し

Information

約1年ぶりに帰国、数日東京に滞在後シンガポールへと行ってきました。初シンガポール！街がキレイで物価が高く、バブリーな街でした。シンガポールでは展覧会のディレクションというお仕事に挑みました。作家として参加するより疲れました……。昨日NYに戻ってきてまだ時差ボケ真っ只中ですが、作家業ももっと頑張らねば。

ているという気合の入れようです。石黒氏の顔自体が、少しだけ不気味の谷に反対側から落ちていたとも言えます。もちろん彼のプロジェクトはアートプロジェクトとしても紹介されるなど『人間を影向かす?』という問いを言

んでいるという意味で、意義深いものであると思います。

3次元的な物質であるロボットに関しては、動きの面でもまだまだ道りは遠いと感じますが、CGに関しては相当な所まで来ています。人間の目は、特に人間を見る時にかなり敏感に細かく、部分まで感じ取ることができるため、ちょっとし

た違いでも不気味さか生まれてしまうのですが、例えば『**⑩**』のCGでの表現などはかなり進んできているようです。

人間の肌は、実は相当に複雑なテクスチャーを持っています。ただ単に『**⑩**の⑩』一色で塗りつぶすことでは全くリアルさが表現できません。肌の中が光が透けて入り、それが肌の中を乱反射したりすることで本来の『**⑩**の⑩』が生まれているため、そこまでちゃんとコンピュータ上でシミュレーションしないと、リアルな人間には見えてこないそうです。そういう複雑なシミュレーションをCGで行うには、かなりの計算が必要になってきます。しかし、今まではコンピュータの性能的に難しかった計算が、技術が進むことで可能になってきていて、それによってリアルな肌を描画することができ、不気味の谷を越えてきているのです。

こういう複雑な計算はもちろん肌だけでなく、目にも必要です。髪の毛なども大変です。しかし、CGの技術と合わせてコンピュータ自体の性能も上がってくることで、不気味さが克服されて来ているのは、とても興味深いです。



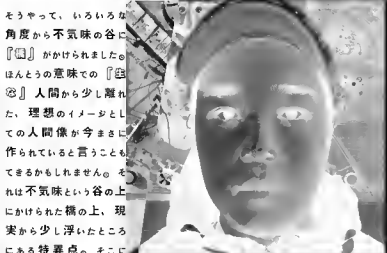
人間に限らず、『リアルな⑩の⑩』の技術は現在かなり発達しています。バリエーション豊かな映画の中でも、もはやどこまでCGでどこまでが実写なのかを判断することは不可能なレベルまで来ています。『**⑩の⑩**』という映画では、主人公の少年がヤングルで動物たちと交流する話ですが、少年と幾つかのセット以外は全てCGで作られています。登場するリアルな動物たちはすべてCGです。主人公の少年が実写であることから、映画の登場人物が表現する感情の機微まではまだCGには任せられないことが透けて見えますが、動物に関してはほとんど完璧に表現できています。逆に、1999年に公開された『**⑩の⑩**』のEpisode ⑩で、野心的に登場させられたフルCGキャラクター『**⑩の⑩**』が、どこからどう見てもCGには見え、常に画面の前でおちゃらけていることから、全然映画の中に感情移入ができなかった(という個人的感想)ことを思い出すと、その技術の進歩具合には驚きを隠せません。

こういった『リアルな⑩の⑩』を語る上で、カメラの性能の向上も忘れるわけには行けません。カメラがどんどんデジタルになり、性能が上がってきていることで、映像自体のノイズがなくなり、実写映像がCGに近づいてきています。ノ

こにCGを合成しても、お互い歩み寄っていますから馴染みか減りたのです。一昔前は、実写にCGを乗せると、CGだけが浮いてしまっていたりしました。デジタルなイメージを実写に近づけるために『**⑩の⑩**』のフィルターなどがあって、均質なCGにワザとノイズを乗せてなじませないと不自然だったのです。そういう状況も実写映像側のデジタル化、低ノイズ化などによってCGの側に歩み寄ってきているという状況があります。

また、プリクラに代表されるような画像の後加工、顔加工アプリ、またはレタッチなどで修正を施したイメージが氾濫していることもリアリティの感覚を変化させてしまっているように感じます。加工がはかると『**⑩の⑩**』のテクニクが進歩していくことで、CGの様な自分を作出することができるようにも一般的に普及しています。それがネット上で出回ることによって、人間自体のイメージがCGへと近づいていくという現象も起こっているかもしれません。

つまり、SNSで共有されてくる『**⑩の⑩**』ですら、CG化していくことで『リアルな⑩の⑩』という意味そのものが変化してきているということです。CGが進化して、実写映像がCGに近づくと、『**⑩の⑩**』と判断する人間側の感覚自体も歩み寄りを見せている。そのことで仮想空間に現れる人間の『**⑩の⑩**』が高まってきているのです。



千房けん輔 (exonemo / IDPW)

アーティスト / プログラマー / ディレクター

【せんばんけんすけ】アートユニット、エキソニモ (exonemo.com) メンバー。IDPW (idpw.org) 正会員。エキソニモでは赤岩やえと共に、インターネット発の実験的な作品群を多数発表し、ネット上や国内外の展覧会・フェスに多数参加。IDPWでは「インターネットと現場」をテーマにしたさまざまなイベントや展覧会を企画、またネット系広告キャンペーンの企画やディレクション、映像業など、メディアを取り巻く様々な領域で活動している。Twitter ID: @1000b

『**⑩の⑩**』が当たり前になるとして普及していく時に『リアルな⑩の⑩』の立場はどう変わってくるのでしょうか。カッコイイSNSアイコンの人間と会ったとしてもなかったみたいな、もしかしたら現実が『**⑩の⑩**』に落ちてしまうかもしれません。『**⑩の⑩**』2 ⑩の⑩の⑩の⑩』と言っている人たちはすでにそういう感覚に至っているのか。あまりにノイズが多い、そして理想像と遠い現実の人間から目をそらし、情報の中に目線が落ちてしまうような状況は、人類にとって本当に幸福なのかは今一度考える必要があるかもしれません。

CONFERENCE

By Idironi Kishi

VOL.20『Vol.20「Google リアルタイム人間力」』

Google translates the app (real-time camera translation) features 3D face tracking too impressive
are today these days, character recognition accuracy bug is born not to still full cyber
have felt sense of, then, to the future while errors on this lot
y, Lurid there is a warm feeling will who the advanced we with Super speed. 洋菜/HIPHOP
take like I, and communication with a friend of input there and foreign playing out in Yokoaka
a rattled English be that
y remember, we were lo, let
in (yes it's a lot more to learn than to register
a, less so, talents
m I'm hungry, like

It also thimble w
the other
in immetue wo
people really when coupled
contact a very important (in
Yoo Japan there was a an
words try conversa
fun is also cours
and to foreign frie
to cross national is feeling more sac
community in enter
tions are take care

「Google Translate」 the app 「real - time camera translation」 features SF saga awesome too impressed
are today these days, character recognition accuracy bug is born not to still full cyber
have felt sense of, then, to the future while errors on this lot
tuturous there is a warm feeling will who is advanced we with Super speed. 洋楽/HIPHOPS
like I, end communication with a friend of input there and foreign playing out in Yokosuka
rattled English be to
remember, we were to. In fu
in order is also words transmitted to each other
less so, sleepy,
I'm hungry, like

「Google 翻訳」アプリの「リアルタイム カメラ翻訳」機能の SF さがすき
日この頃、文字認識の精度がまだ完全ではないために生れるバグにはさ
感じています。そして、このたくえんのエラーをまさしくしながら未来へ超ス

Google Translate it also thimble words
re today these day the other i very
have felt sein immature words
curious there is a people really when coupled was
like I, and contact a very important that the
attled English You Japan thara was a samsa of
remember , we wer words try conversation
order is also words transmitt fun is also course of
ess so, 's and foreign friend
I'm humble to conversatio is feeling more each other
also thimble I community in entering
e other ive land, feelings of the people
immature that what be
people really when pasting of soldier of it bl

ff treasure, such as I was able to re know that the obvious. Goof n JAIta
people show me the latest in the form of that tell people by -time translation. in its underlying
(want to know words tell you want people) referred to think that there feels. (if skeln somedany human
bilities simultaneous detecting and Bell and、 the doraemon tools、 is really in 004
the emitted in.....what a would was app screen delusion of ^ ^ ^

conversation is feeling more each other
community in entering
ons are take care of
d, feelings of the people
that what be
esting of solder of it big

Google 翻訳アプリのリアルタイムカメラ翻訳機能の SF さがすごすぎて感動している今日この頃、文字認識の精度がまだ完全ではないために生まれるバグにはスイーパーク感を感じています。そして、このたぐさぬエラーをまざまざしながら乗り越えてスピードに進んでいるのは、猛烈に友達になりたくなります。洋楽 / HIPHOP が好きな私は、横濱湾を遊ぶうちに外国人と友達になり、そこでコミュニケーションで、とてもタガタの英語を覚えていきました。初めは互いに伝わる言葉も少ないので、「ねむい」お腹すいたといったシンプルな言葉でもそれが相手に伝わることでとてもうれし、未熟な言葉で人と繋げた時にすごく大事なことに到っている感覚がありました。日本人同士の言葉のやりかたも会話ももちろん楽しいですが、外国人の友達とのタコト会話は互いの気持ちに込め込みにコミュニケーションがとれる気がして、人に気持ちが伝わることでとてもうれしいものなんだという大切な宝物のような、当前のこのことを改めて知ることができました。Google はリアルタイム翻訳によって人が人に伝えることの最新形を発見してくれた。その根拠には「人の伝えたい言葉をつかいたい」という気持ちがあるとします。いつか人間がしゃべると同時に字幕が出たり、ドラえもん道具の「勝手にコソコソ」が本当に開発されたらして……なんて妄想をアプリの画面をキャプチャしてしましました。A

きしひろみ ・ ト・デレクター・デザイナ

2007年 galaxy 立ち上げ・ディレクションを経て2013年テラソール設立。5f Inc. 所属
 アパレルをはじめとした、グラフィック・ロゴ・キャラクター・カラーリング・パッケージデザインなど、幅広い分野で活動中。
 主な仕事にももちろんクロア・ブク・グッスマデザイン・きゅーりーびみゅーびゅーコラボレーション・グッスマデザイン、
 魔法の天使リリィ・マリア・グッスマデザイン・アキテム・デザインなどがある。

シシヤマザキのシシヤマケ岳

「雑記」屁と猫とカラスについてのぼやき」

盛り時の野良猫が、最近家の外で非常にアホっぽい声で鳴いている。喉の調子がおかしいのか、その変な鳴き声のせいで、また昨日と同じ子だと分かる。2年前まで住んでいた家の近所でもよく鳴いていた、同じく喉に疾患があるカラスのことを思い出す。本当に「アホアホ」と聞こえるアホ丸出しである。アホじゃないかもしれないのに。このように、何があるうと絶対に暮らしたの瞬間に介入してくる気の抜けた要素というものによって、実はさまざまなものの均衡が保たれているのではないか、と思う。おならのような要素とでも言おうか。ムードメーカーでありムードクラフシャーのような中間層である。そんなものに、私はなりたいたい。かと思ってしまう。

この一番気の抜けたような存在になるのは、一見ラクそうで実は細心の注意を払わなければならない。なぜなら「意図せず出してしまう何か」を、作画的にならぬように作らなければならないからである。つまり最強のおならメーカーになりなさいということ。出てしまったが最後だが、むしろしてやったり、といった感じで一人勝ちしていく。ものづくりに関わる者であるかぎり、そこを目指す必要があるのではないかと、思ったり、思わなかったりしつつ、結局猫に全てをまわっていかれる。ほんとに世の中、猫、(cat)が三三三……。惨敗です。でも、カラスもなかなかい

い。歌だったら私は「猫踏んじやつた」よりも、「七つの子」のほうが好き。カラスのかわいさというのは現実では猫のそれには負けるかもしれないけれど、「七つの子」の歌に含まれるかわいさだけに誰しも勝つことはできない。世の中にこれだけ多様なかわいさが存在する中で、この歌が選んでくれる愛おしい心のきらめきだけが一人勝ちしているといっても過言ではない。

そんなことに気づいた時、創作物の力を改めて思い知らされるのです。現実には屁を放つ行為が存在していて、それをもとにわざわざ何かを作るこのの意味って何なんだろう？というような問いは作り手であればよく直面することだけだと、そんな時には猫とカラスのことを思い出せば大丈ブー！

シシヤマザキ

本音肉虎の手描きイラストアニメーションを独自の表現方法として確立。代表作に『A-NB-SEN a Go Go!』(やますも、やまきり)など。2015年12月に初の単集『フェイスフェイス Face Face』を、2016年2月にCD『雨かいます』発売。ライブワークとして日一紙の紙『MASK』を毎日作り続け続けるプロジェクトも行う。自分自身をモチーフにしたアニメーションはPRADAや数生堂といった世界的なファッションブランドのプロモーションにも起用。url.shshiyamazaki.com/



明朝体(ヒラギノ明朝)/縦組みの組み見本

※詰めなどの設定などは基本行わずバツ組みで組んでいます

[W3]12Q/行送り21H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

[W3]12Q/行送り23H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

[W3]12Q/行送り25H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

明朝体(ヒラギノ明朝)/横組みの組み見本/キャプションの組み見本

[W3]12Q/行送り21H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画

[W3]12Q/行送り25H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画

[W3]12Q/行送り23H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画

[W3]9Q/行送り13H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

[W3]9Q/行送り15H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

明朝体(ヒラギノ明朝)/小見出しと本文の組み見本

[W6]15Q+[W3]12Q/行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

[W6]17Q+[W3]12Q/行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

ゴシック体(ヒラギノ角ゴ)／縦組みの組み見本

[W3]12Q／行送り21H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

[W3]12Q／行送り23H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げ

[W3]12Q／行送り25H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン

ゴシック体(ヒラギノ角ゴ)／横組みの組み見本／キャプションの組み見本

[W3]12Q／行送り21H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては

[W3]12Q／行送り25H

世界的にコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては

[W3]12Q／行送り23H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては

[W3]9Q／行送り13H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

[W3]9Q／行送り15H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

ゴシック体(ヒラギノ角ゴ)／小見出しと本文の組み見本

[W6]15Q+ [W3]12Q／行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

[W6]17Q+ [W3]12Q／行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

MdN BACK NUMBER

バックナンバーの在庫内容は店舗によって異なります。
ご購入の際は常備取扱店にお問い合わせ下さい。



2017年03月号 vol.275

【特集1】大相撲の美 デザイン視点で相撲を知る
【特集2】GET THE INSPIRATION! デザインのひらめきをアートプリントする方法
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(柳沢 陽)



2017年02月号 vol.274

【特集1】キャラの声をフロントで再現する方法
【特集2】オンスクリーンフォントの新しい風景
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(横田智恵)



2017年01月号 vol.273

【特集1】アイドル-物品をデザインする時代へ
【特集2】それは自分の制作スタイルにフィットするの? 次世代のクリエイティブフル
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(シマヤマサキ)



2016年12月号 vol.272

【特集1】COジャケット90年代狂騒史 【特集2】クリエイターのじっけん クリエイティブの新たな可能性を開く
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(オオガタリュウ)



2016年11月号 vol.271

【特集1】絶対フォント感を身につける。2
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(KAgami) 【付録小冊子】絶対フォント感を身につけるためのフォント見本帳 2016



2016年10月号 vol.270

【特集1】映画「君の名は。」彼と彼女、そして風景が動く物語
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(佐藤 幸彦)



2016年9月号 vol.269

【特集1】名作デザインを再現する キャプチャーのデザイン
【特集2】今も! 将来も! 魔法少女らこのツール
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(宮本多志)



2016年8月号 vol.268

【特集1】表現者100人のこの作品を語らせろ! 【特集2】「予言」を実現する、クリエイティブと出会う学校
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(CATTLEVA TOKYO)



2016年7月号 vol.267

【特集1】菅江 慎 半生に本という概念を問われたら。 【特集2】イラストとカウマキ
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(安々木 俊)



2016年6月号 vol.266

【特集1】世に悪の造形 【特集2】シチュエーション別 プレゼンのマインド
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(10gauge)



2016年5月号 vol.265

【特集1】カスタムオーダーカタログ37
【特集2】クリエイター、ひみんデザインの一歩モノをつくる
【連載】PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(岡村大矢)



2016年4月号 vol.264

【特集1】おそ松さん 永遠不滅のONAを観て
【特集2】マンガの魅力を語るニューウェーブをフォントたち
【連載】人と人 クリエイター-2人のテーマトーク(本 秀雄×森 実)

INFORMATION



定期購読のご案内

定期購読にお申し込みいただくと、職場や自宅まで毎月 MdN をお届けします。また、定期購読はどの月からでも始められます。定期購読のお申し込みは、MdN Design Interactive の月刊 MdN のページ (url. www.MdN.co.jp/Magazine/teiki/) および、全国の書店、オンライン書店をご利用ください。

- 特別価格も通常価格で購入できます
- 送料無料で職場や自宅まで毎月お届けします
- 定期購読はどの月からでも始められます



月刊 MdN の特集記事の一部が公開中

弊社運営の Web サイト「MdN Design Interactive」(url. www.mdn.co.jp/) において、月刊 MdN の特集記事の一部を公開しています。公開日は雑誌発売日 (毎月6日) に合わせて公開されます。発売日が土曜日に重なる場合は、公開日が前後することがあります。



「MdN」常備取扱店

【東京地区】 ●丸井 丸の内本店 tel. 03-5298-8881 ●丸井 日本橋店 tel. 03-6214-2001 ●丸井 池袋ブックセンター 本店 tel. 03-3581-1811 ●丸井ブックタワー tel. 03-5299-0051 ●丸井 池袋本店 tel. 03-3364-0131 ●ブックマルメ 新宿西口店 tel. 03-5326-1112 ●丸井 池袋本店 tel. 03-3508-0941 ●青山ブックセンター 本店 tel. 03-5488-5911 ●MARUZEN 5 ジュンク堂書店 池袋店 tel. 03-5456-2111 ●ジュンク堂書店 池袋本店 tel. 03-5956-6111 ●ジュンク堂書店 吉祥寺店 tel. 0422-28-5333 ●丸井 池袋本店 tel. 047-470-8311 ●丸井 ラゾーナ川崎店 tel. 044-520-1869 ●文芸堂書店 池ノ口本店 tel. 044-812-0083 ●ブックファースト 東武池袋店 tel. 045-989-1781 ●三栄堂書店 新練馬店 tel. 045-478-5520

【中部地区】 ●ジュンク堂書店 ロフト名古屋店 tel. 052-249-5892 ●三栄堂書店 上野河原店 tel. 052-251-6334 ●ジュンク堂書店 名古屋店 tel. 052-599-6321

【関西地区】 ●MARUZEN 5 ジュンク堂書店 豊田店 tel. 05-6292-7363 ●ジュンク堂書店 大阪本店 tel. 06-4799-1030 ●ブックファースト 豊田店 tel. 06-4796-7188 ●ジュンク堂書店 千日前店 tel. 06-6635-5330 ●ジュンク堂書店 三宮店 tel. 078-382-1001 ●interkom gallery & cafe tel. 078-362-1170

【九州地区】 ●丸井書店 小倉店 tel. 093-514-1400 ●紀伊屋書店 金沢本店 tel. 092-434-3100 ●ジュンク堂書店 福岡店 tel. 092-738-3322

問い合わせ先

- ご購入のお申し込み 全国の書店、およびオンライン書店にて、バックナンバーは常備取扱店にてご購入可。在庫内容に依存によって異なりますのでご注意ください。
- 内容に関するお問い合わせ エディエムカスタマーセンター e-mail. info@MdN.co.jp



電子版発売のお知らせ

月刊 MdN は紙の本と同時に電子版の販売も行っております。電子版は以下のオンラインストアからご購入可能です。

- Kindleストア → www.amazon.co.jp/
- マガストア → www.magastore.jp/
- 雑誌オンライン+ BOOKS → www.zasshi-online.com/
- 楽天 kobo → rakuten.kobobooks.com/
- Newsstand → itunes.apple.com/jp/app/yue-kanmdn-emudienu/id794775229?mt=8



JISEN

自薦他薦問わずクリエイター募集

募集を行っている連載記事



「創る。」

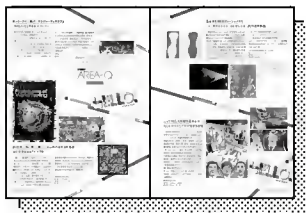
この連載では、PhotoshopやIllustratorといったアプリケーションを用いて制作されたイラストレーションやグラフィック作品を見聞きて掲載します。さらに、その制作工程を数ページにわたって解説していきます。ご応募の際にはメールにて過去作品や未発表の作品を見ることが出来るURLをお送りいただくか、郵送にて実際の作品をお送りください。作品制作に尽力しているクリエイターのみなまご応募をお待ちしています。



メールでの応募方法

下記のメールアドレスは、皆様から自薦他薦問わず各種情報を募る窓口です(添付ファイルは不可とします。参照できる作品や写真が掲載されているWebサイトをご紹介ください)。また、応募の際は、メールの件名を「MdN自薦他薦」とし、本文内に応募連載のタイトルを記載してお送りください。なお、採用・不採用結果に関するお問い合わせや、記事内容に対するご質問等にはお答えしかねますので、あらかじめご了承ください。

■メールアドレス e-mail, jisen-tasen@MdN.co.jp



「HELLO NEWS&TOPICS」

クリエイターが気になるニュースやトピックを紹介する巻頭連載。デザインやグラフィック周辺のイベント紹介はもちろん、コンペティションのお知らせ、フォント関連のニュース、クリエイティブなガジェットやアプリ、その他ニッチなトピックまでクリエイターの好奇心をくすぐる最新のニュースをお届けしています。この記事にニュースなどを掲載希望の方は、メールにて情報をお送りください。

TASEN

MdNでは、各連載で誌面を飾ってみたいと考えるクリエイターやデザイナー、イラストレーター、フォトグラファーなどを随時募集しています。下記の応募方法をご確認のうえご応募ください。

応募方法



郵送での応募方法

作品を郵送でお送りいただく場合は、郵便番号、住所、年齢、職業、電話番号、メールアドレスを明記のうえ、作品データもしくはポートフォリオを下記の宛先までお送りください。なお、作品の返却を希望される方は、その旨を明記していただきますようお願いいたします。

■宛先 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-105
神保町三井ビルディング
(株)エムディエヌコーポレーション
月刊MdN「自薦他薦」係

編集者、ライターも募集中!



「DESIGN DIGEST」

街やメディアでよく見る広告や装丁、CDジャケットやWebサイト、アプリケーション、パッケージなど編集部でピックアップした「いまのデザイン」を紹介するコーナーです。この連載に掲載希望の方は、メールにて作品やその情報が分かるWebサイトのURLをお知らせください。ご自身の最新のお仕事や作品の紹介はもちろん、最近見かけたカッコいいデザインの他薦も大歓迎です。



記事を企画／執筆したい外部スタッフ募集

クリエイティブ情報誌の月刊MdNでは、特集や連載記事の編集者、ライターを募集中です。今気になっているクリエイションを、記事として全国の読者に届けてみませんか？ ご応募の際にはご自身で今までに手掛けた企画や記事の情報を合わせてご連絡ください。メール、郵送どちらでもかまいません。

こちらに掲載している
記事以外も募集を
行っております。

MdN 04

2017 APRIL
vol.276

EDITOR'S VOICE

・ただいま、豊饒「死んだらJ-POPが困る人、CDジャケットデザイナー 木村 豊」を制作中。スピッツ、椎名林檎、東京事変、木村カエラ、ユニコーン、アジカンなどさまざまなアーティストのCDジャケットデザインを手がける木村 豊さんの本です。昨年まで月刊MdNで連載していた木村さんの記事をベースにしつつ、大幅にリライトも加筆。音楽のビジュアルにもっとでも興味がある方、例えばナタリーをフォローしてTLに流れてくる新ジャケ写を眺めて「いいな〜」と思うような方に読んでもらいたい。多くの人に開かれた本です。3/27(月)発売予定(1本)

・最近、「ようこそ、アムステルダム国立美術館へ」(2008)を見ました。美術館の改修をめぐって政治家と政府とで泥沼化していく、もはやコメディのようなドキュメンタリー。みんなくたばっていく中、アジア館の学芸員、フィツキさんだけが輸送されてきた金剛力士像を開封して目をキラキラさせていたり、とにかくキョートでした。すばらしい俳優男子……。ということで次号は俳優特撮、ではなく、アニメスタジオTRIGGERの総特集です。総監制作中(1群)

・ミュージスやビッグ・ショーンの新聞を聴いていると、クオリティが高過ぎて、トラップヒップポップはやっぱりアメリカが最高だなと実感します。なので日本のヒップホップでは独自の音が聞きたいと思っていたら、なんとNORIKIYOやBES、そして巨匠DeA先生がトラップじゃない新聞を出すとの情報がありCGC世代にはこれほど嬉しいことはありません(1平)

・毎年、どんなに気に入ったものでも必ず手袋を片方なくし、なんとかかならないものかと思っていたのですが、ふと昨年から指なし手袋を使ってみたら、意外寒くなく、スマートフォンなど手袋をつけたままでも操作できるのて便利以上に、着脱する頻度が減ることで、今週の冬こそは手袋をなくすことなく、春を迎えられるのではないかと期待しています。さて、どうなるやら……(大)

・ごくまれに、会社のある神保町から江東区にある家まで徒歩で帰ります。東京の東部は一駅ごとにがらりと表情が変わるからおもしろい。時代的なイメージで言うなら、神田は昭和、三越前は大江、人形町は江戸……。で、隅田川を越えて平成になる安心感。たかだか70分程度の道のりですが、なんだか大時代旅行を体験してきたような気分になって、ついつい最寄りのコンビニで缶チューハイを買って家で一杯やりたくなるのです。もう明け方なのに。(田)

NEXT ISSUE

MdN 05

2017 MAY
vol.277

特集1

TRIGGER

若きアニメスタジオ「トリガー」の5年半。(予定)

2017年4月6日(木)発売予定

訂正とお詫言

※本誌「月刊MdN」にて、以下のよう誤りがありました。ここに訂正してお詫言申し上げます。

●2017年1月6日発売の本誌2月号(vol.274)の「HELLO」の記事中、P011の「気鋭のシンガーソングライター-米津玄師が生み出す空想のカルチャー」の中で、URLに間違いがありました。正しくは「www.rockinon.co.jp/product/book/143388」となります。

●2017年2月6日発売の本誌3月号(vol.275)の特集「木村 豊」の記事中、P051の「一人前の力士の足「大塚市」」の版元のキャプション「力士の最良の盟友(とんかつ屋)のキャプション」になっておりました。正しくは、「おかげ先が勝負の要のような形をしているため「大塚市(あいつのよう)」と呼ばれらるおかげ、十両以上の配当のめどを延びておる」となります。

※本誌に掲載されている原稿、写真、イラスト、図解など記事の一切あるいは全部を、無断で転載、複製、使用することを禁止します。

※本誌における転送サービスなどすべての権利管理は、消費税率が含まれた税別表示方式になっています

※記事の解説や図解用紙は、Photoshop CC、Illustrator CC、InDesign CCで行っています

発行人
藤岡 功 ISAO FUJIOKA

編集長
本佐光理 HIKARI MOTONOBU

編集
野口尚子 HAKO HOGUCHI
平野拓男 TAKUO HIRAHO
大高孝子 MAYUKO OTAKA
田中道飛 YUHI TANAKA

アートディレクター
木村由紀 YUKI KIMURA
(MoH Design)

デザイン/制作
赤松由香里 YUKARI AKAMATSU
田中聖子 SHOKO TANAKA
島田彩加 AYAKA SHIMADA
富谷 智 SATOSHI TOMITANI
(MoH Design)

編集補助
足立綾子 RYOKO ADACHI
田代真理 MARI TASHIRO
山口 優 YU YAMAGUCHI

写真編集
袴田 孝明 HIRAKI MOROHA
竹内 晴美 HARUMI TAKEUCHI
宮本真緒 MICHIOH MIYAMOTO
澤 孝治 TAKAHARU SAWA

広告営業
鈴木 淳也 JUNYA SUZUKI

美術管理
藤井美智子 MIEKO FUJII
宮内洋子 ATSUKO MIYAUCHI

本誌ロゴデザイン
Right Graphics

印刷
大日本印刷(株)

【発行】
(株)エムティエヌコーポレーション
〒101-0005 東京都千代田区神田神保町一丁目105番地

【販売】
(株)インプレス
〒101-0005 東京都千代田区神田神保町一丁目105番地
TEL 03 6837 4635

【広告費】
e-mail mdn-ad@MdN.co.jp
url www.MdN.co.jp/ad/

【お客さま窓口】
エムティエヌカスタマーセンター
e-mail info@MdN.co.jp

MdN
DESIGN & GRAPHIC

DESIGN DIGEST

BOOK/PACKAGE/POSTER/
WEBSITE/CD JACKET/ETC.

2017/04

● 文立録子



01 | CDジャケット

加山雄三の新世界/V.A.

加山雄三の生誕80周年を記念して制作された、人気アーティスト5によるREMIXアルバムジャケット。若かりし頃の加山の写真、レトロ風のタイトルロゴやタギングと、ビビッドな背景色の組み合わせが美しい。

ARTWORKS 河野来彩 01 ドリーミュージック

01



02



03

02 | 展覧

再起動/岡本 学

宗教で起業した主人公が思いがけない展開に巻き込まれる中絶小説の試み。教団名の「リブート(再起動)教」にちなんで、タイポグラフィの周りにパソコンの再起動のアイコンや電子回路などのイラストが描かれている。

02 川島 美 [prigraphics] 03 橋本 社

03 | 商品パッケージ

AUDREY チョコレート

いちご専門の洋菓子店[AUDREY]の、新商品となるチョコレートのパッケージ。少女のリンボグデザインのポイントになった「オールドリーフレット」など全3種類で、どれも可愛いイラストが魅力的だ。

04 渡辺 美 05 吉岡 愛知 06 プレジール



04



05



©Sony Music Records

06

04 | プロダクト

littala×Issey Miyake ホームコレクション・バッグ

イッセイミヤケとフィンランドの家具メーカー、littalaのホームコレクション1周年を記念したバッグ。独自の高度な折り技法により作られ、折りたたみができる機能性と美しさを兼ね備えている。

littala Miyake Design Studio

05 | 装丁

かもめのことはよく知らない／中田いくみ

灯台がある海辺の街でつづられる恋愛オムニバス漫画の装丁。淡い色調のイラストに、横組みで配置された船身のタイグラフィと水玉のピンクの蛍光色がきりと映えていて、詩的なながらもポップな印象だ。

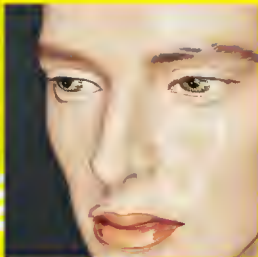
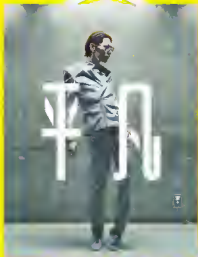
装丁 夢見[imagejack] 装丁 KADOKAWA

06 | MV

激ヤバooポッカーン!!／ 妄想キャリブレーション

妄想キャリブレーションの3DシンセのMVは格闘ゲームがモチーフ。メンバーを3Dスキャンしてモーションさせたり、3Dの浮遊的な要素を取り入れるなどといった、インパクトあふれる演出がふんばりに盛り込まれている。

演出 佐田利隆[アマナ製作所] 大橋 史
3Dアニメーション ユニバーサル・ミュージック・レコーズ



07



08



09

07 | CDジャケット・キービジュアル

平凡/ドレスコース

ドレスコースのニューアルバム『ドレスコース』(左)は、ボーカルの高瀬恵平がトレードマークの長髪を切り、シックなスーツに身を包むという今までのイメージを覆したものの、ジャケット(右)には、リアルなマネキンの写真を採用。

【レーベル】 Enlightenment 【CD】 同時発売
【CD】 EVIL LINE RECORDS

08 | プロダクト

REMIX DON

音楽の「リミックス」にちなんで、自分好みの音事のアレンジが楽しめるユニークなコンセプトのどんぶりシリーズから、子供サイズのどんぶりトレイが新発売。80年代をほうふつとさせるリズミカルな柄が楽しい。

【CD】 前澤知美 【CD】 キンキー

09 | アーティスト写真

清 電人25

4月にリリースされる清 電人25のラストアルバム『電人25』に併せて公開された新アーティスト写真。「一夫多妻制」という今までのビジュアルコンセプトからはかけ離れた、アバンギャルドなファッションがインパクト絶大だ。

【CD】 末志 学 【CD】 藤城寛則 【STYLING】 佐野夏水
【CD】 トイズファクトリー



10



11



12

10 | チャンピオン

舞台版ドラえもん 「のび太とアニマル惑星(プラネット)」

3月より再演される舞台のチャンピオン。声のみの出演となるため、シルエットと顔で表現されたドラえもんの中にメインキャストが収まっている。両サイドの見切れた英字のタイポグラフィでスタイリッシュな印象も。

【A】江口伸二 【B】山平敦士 【C】サードステージ

11 | MV

The Cut / リリカルネッサンス

アイドルネッサンスとlyrical schoolによる期間限定コラボレーションユニットのMV。16個のテレビ画面を定点カメラで捉え、テレビ画面の上ではメンバーが16分割、4分割、全面などで映し出されながら展開していく。

【B】カンマズキ/ナムヤスロ【PERFECT SMILE OVO】
【A】T-Palette Records

12 | CDジャケット

男はアイツだけじゃない / ベッド・イン

ベッド・インのメジャーファーストシングルは、90年代初頭を思わせるビジュアルやフォント違いながらも、文字要素が重くなった現代ならではのレイヤー感が取り入れられているのがおもしろい。左が初回限定盤、右が通常盤。

【A】【B】木村 豊【Central67】 【C】中野啓久
【A】キングレコード

TRY PRINTING!

TRY 27

Tシャツ

CREATOR

イラストレーター 神保賢志

PRINTING COMPANY

印刷の通販 グラフィック

毎回さまざまなクリエイターが印刷通販サービスを活用して作品を制作する本企画。
今回はイラストレーターの神保賢志さんが「印刷の通販 グラフィック」でTシャツを作成。
暗調の豊かなイラストを生かした、魅力的なTシャツができあがった。

●取材・文 編集部 ●写真 谷本 夏 [studio track72] ●イラスト 田中聖子 [MdN Design]



生地色に合わせ配色を調整に変えてデザインした

「印刷の通販 グラフィック」のTシャツプリントサービスは、仕上りのイメージに応じてインクジェット方式と転写方式を選択できる。

今回は、イラストレーターの神保賢志さんに、ロックバンド・おとぎ話のアルバム「ISLAY」のために描いたイラスト素材を使って、白とネイビーの2色のオリジナルTシャツをデザインしてもらった。これまでもシルクスクリーン方式でキャッチーなTシャツを数多く制作してきた神保さんだが、ここで試してもらったのはインクジェット方式。素材に直接プリントすることができ、シルクスクリーンよりも色数が多い表現に適している。白や淡色の生地へのプリントには、フルカラー

のインクだけで地色を生かした仕上がりに。ネイビーや黒のような濃色の生地には、ホワイトを加えてプリント。地にホワイトを敷くことで、濃い色の上にもはっきりとカラーを再現することができる。

「白地のTシャツは、イラスト部分が生地に柔かく馴染んでいました。濃色のネイビーは、プリント面はバリッと存在感があり、ホワイトだけで表現した人物の線部分もきれいに発色していてよかったです」

今回はプリント面積・大で各色10枚ずつの計20枚を制作して、費用は51,800円。階調が豊かでカラフルなイラストを使ったTシャツを作りたい人には最適なプランとなるはずだ。

イラストレーター 神保賢志

【じんば、よし】イラスト・漫画・デザイン・執筆など幅広く活動。既成概念のあるものをミックスして作品を制作する。おとぎ話のアートワークやMVなども手がける。

url. www.jimbokuro.com

印刷の通販 グラフィック

最新鋭の高精細印刷や特殊加工、多様なオリジナルグッズ制作も可能な印刷通販会社。プリントするTシャツはさまざまなタイプから選択可能で、オプションでラインストーンとマーキングシートといった加工も試せる。

url. www.graphic.jp/



「グレート・ジョーンズ
はっしり!」

人物の部分は、生地との馴染を考慮してどちらも線のみで表現



不思議な
イラスト。

{ フォントの ショーケース }

このデザインの、あのフォント。

デザイナーに求められる知識は多岐に渡りますが、
中でも、言うまでもなくフォントはすべてのデザイナーが扱う
必要不可欠な要素です。ここでは、そんなフォントに焦点を当て、
魅力的な実例から、フォントの活用方法を紹介します。

● 田中 文 山口 優 ● 町田 谷本 夏 [studio track72]



ROCK

和文と同フォントの英字で
雰囲気統一感を持たせる
[Font] TA演芸堂

メインタイトルの欧文部分は、和文と同様にデザ
イン毛筆フォント「TA演芸堂」(スキルインフォ
メーションズ)がベース。サイト全体の「相模マ
イドル」というコンセプトに合わせ、エレメントの
一部を筆の勢いが感じられるように加工した

博覧場所

文字のハネを強調して
対決らしい勢いを表現
[Font] TA演芸堂

メインタイトルの文字は、デザイン毛筆フォ
ント「TA演芸堂」(スキルインフォメーション
ズ)がベース。イベントが関東圏内で行わ
れるので、相模をイメージさせる江戸文字風
の書体の中でも、特に威勢のいい書体をセ
レクトした。さらに、アイドル同士が対決す
る企画のため、文字のハネを強調するなどし
て、より勢いづいて見えるよう加工している

CASE

1

江戸文字風書体で「相撲×アイドル」を表現

Webサイト「つぶやきFES 博覧場所 ～GUM ROCK FES 2～」

●Director: 岡野軍平【電通】 AD: 清野征成【電通】、相楽賢太郎【電通】 Copy Writer: 仁藤安久【電通】、高部祐紀【電通】
 Planner: 田母神 真【電通】、伊勢田世山【電通】 Creative Producer: 砂井由美【電通】 Account Executive: 土居正崇【電通】、
 村瀬輝男【電通】、長田祐樹【電通】 D: 鈴木春子【アドブレン】、杉本梨絵【アドブレン】、高山美由美【アドブレン】、
 森村美帆【アドブレン】、中野聖梨【アドブレン】 Retoucher: 津金卓也【amana】、奥津智恵【amana】

両国国技館を舞台に、HKT48と榎坂46がさまざまな対決を行うイベント「つぶやきFES 博覧場所 ～GUM ROCK FES 2～」の公式サイト。イベントでは、ファンがTwitterでつぶやいた企画をもとに、ライブステージやさまざまな対決が行われる。Webサイトは会場となる両国国技館のイメージから「相撲×アイドル」をコンセプトに、相撲の伝統的なマナーやトーンを押さえながらも、アイドルの対決イベントらしいポップさや勢いがミックスされたデザインとなった。



「つぶやきFES 博覧場所 ～GUM ROCK FES 2～」2017 / ロック

ADadeyf
RGrghsk
1234567

抑揚のある欧文書体に
伝統的な句いをプラス
Font Pistilli Roman

「MUSIC BATTLE」などの欧文見出しは、幾何学的で抑揚のあるデザイン「Bodon」をベースにしたセリフ書体「Pistilli Roman」(Claude Piletier) を選択。伝統的な雰囲気の高さを施し、Webサイトの日本的な世界観の中にエッセンスを加えている

写植と活字風の書体でノワール小説の不穏さを

書籍「約束／イジー・クラトフヴィル(著)、阿部賢一(訳)」

●D: 川名 源 [origraphica]

ドイツ占領下のチェコ・ブルノで鉤十字型のナチ邸宅を建てた建築家。戦後、秘密警察に狙われて最愛の妹を失った彼は、復讐を誓って犯人を地下に監禁するが……。現代チェコ文学を代表する作家、イジー・クラトフヴィルが手がけたノワール小説。作品に流れる不穏なアンバランスさや、翻訳小説らしい雰囲気を感じ、独特の味わいのある写植書体などを使って表現した。

「約束／イジー・クラトフヴィル(著)、阿部賢一(訳)」2017/河出書房新社



約束

不安定な写植書体で
作品の暗く不穏な雰囲気を

Font: 太ゴシック体B1

メインタイトルのロゴは、デジタルフォントではなく、写植書体「太ゴシック体B1」(モリスワ)をベースにしたもの。同社のスタンダードなゴシック体「太ゴB101」のルーズ的な書体で、面線の先端に印潰がつけられているなど独特の味わいを持つ。同時に、若干荒削りで不安定な部分もあり、それが作品の「不穏なアンバランスさ」を表現するのに適しているため選択された。ただし、ロゴとしての安定感が出るように「約」の点の角度だけ少し変えてバランスを整えている

活字風の欧文書体で
物語の時代性を演出

Font: Metallophile Sp8 Medium

原題の「Slub」(「チェコ語で「約束」の意味)の文字は、40年代の活版印刷の風合いを持つサンセリフ書体「Metallophile Sp8 Medium」(Mark Simonson)。小説の舞台がドイツ占領下および戦後の共産主義体制下のチェコ・ブルノということで、その時代背景に近い書体が選ばれた

ADadey f
RGrghsk
1234567



「怒りのロードショー／マクレーン」2017 / KADOKAWA

ADEYF
RGHSK
1234567

主張のはっきりした書体で
映画ポスターらしさを

Font ITC Machine Bold

タイトルの欧文表記部分は、直線で構成されたサンセリフ書体「ITC Machine Bold」(ITC)。アクション映画によく見かける主張のはっきりした書体をイメージして選択した。メインのタイトルロゴに遊び心を加えているぶん、欧文部分は「映画ポスターらしさ」を重視してデザインし(バランスをとった

怒りの

強烈なインパクトの書体に
荒々しい加工を施す

Font ラグランパンチ UB

メインタイトルの文字は、極端に太い書体でありながら可読性が高くユーモラスな雰囲気を持つ「ラグランパンチ UB」(フォントワークス)をベースにしながら、文字が持つ個性を「おかしみ」として表現した。同時に、アクション映画らしさを演出するため、ざらついたテクスチャで文字基盤に荒々しい表情を加えるなどの加工を行っている

極太書体でアクション映画のポスター風に

漫画「怒りのロードショー／マクレーン」

●AD: 横田智宏[arcoine] □: 池田 悠[arcoine]

映画界にあふれた「映画バカども」の青春を描いたコメディ漫画。その作品テーマを分かりやすく伝えるため、表紙カバーはアクション映画のポスターを踏襲して、大げさで迫力ある雰囲気を中心に押し出した。同時にパロディ色を強めることで作品のコミカルな部分を表現している。このほか、文字要素を表紙の下方に配置し、イラストを優先して見せることで「映画ポスターらしさ」を演出するといった工夫も。

CASE

3

MARIKA
meets
CREATORS

vol. 22





MARIKA meets CREATORS

vol.22 イラストレーター 宇野亞喜良

アートやデザイン好きで知られる乃木坂46の伊藤万理華さんがクリエイターを訪ねる本連載。

今回は「マジョリカ」が大きく話題になった、イラストレーターの宇野亞喜良さんが登場。

長年にわたって活躍する宇野さんの作品の魅力に、若い世代としての視点から迫りました！

● 文 菅月孝史 ● 写真 小倉重彦子 ● ヘアメイク 吉田真佐美

【いとう・まりか】

1996年2月20日生まれ。神奈川県出身。2011年より、アイドルグループ乃木坂46の第1期生として活動中。2016年10月には主演短編映画「アニサリ」が全国公開。その他、雑誌など、乃木坂46としてだけでなく個人としての活躍の場も広がっている。

【うの・あきら】

1984年名古屋生まれ。名古屋市の私立高校から卒業。カルピス食品工業、日本デザインセンター、スタジオ・イルフォルをを経てフリー。日宣美術選、日宣賞受賞、読者投票版文芸賞さしえ賞、サンリオ美術賞、池田賞受賞、日本絵本賞、全広津日本美術協会賞、読者投票大賞選考委員特別賞を受賞。1999年優秀賞受賞、2010年池田小絵賞受賞。東京イラストレーターズソサエティ会員。

宇野亞喜良さんが作品を出展！

「アートフェア東京2017」にて宇野亞喜良さんの作品を出展します。東京国際フォーラム ホールEにて。期間は3月17日～19日まで。



イラストレーションの先駆者 宇野さんと初対面！

大きなテーブルの上にはイラストを描くための使い込まれた芸術家の道具がずらり

万理華 私は宇野さんの古くからの作品を知っていたわけではないんですけど、雑誌「装苑」の表紙や、椎名林檎さんのアルバム「浮き名」「蜜月抄」のジャケットイラストなど、実は自分の目にしたものの中に宇野さんの作品がすごくあるんだなって気付いて、それで後からどんどん調べようになったんです。

宇野 ありがとう。今の若い人が僕たちの世代のことを調べるのは結構、大変なんじゃないかな？

万理華 昔からの経歴など、全部を知るのは難しいかもしれません。でも、宇野さんの作品には私たちの世代にもドンピシャにはまっているものもあって、そこから入ってって昔のものを知っていくかたちでした。最近だったら、化

粧品「マジョリカ マジョルカ」の、宇野さんの描いた原のパーツを組み合わせて似顔絵を作るWeb上の似顔絵ジェネレーター「マジョリ画」が話題になりましたよね。「マジョリ画」は若い子の中で流行っていて、みんなSNSに上げていました。それを見て、すごく今っぽくてかわいいなと思って。

宇野 うれしいですね。でも実は、若い人にフィットするにはどうしたらいいかと、あまり考えてはなかったんです。例えばファッション雑誌を見て、今の流行を分析するわけでもなくて、万端となく抽象的に女の子を描きたいというか。

万理華 宇野さんの作品を見ていると、昔に描いた作品を見ても、古い時代のものだと感じさせないですね。昔のものとしてじゃなく

て、そのまま今の若い子にぴったりはまっている気がします。

宇野 特定の時代のファッションを狙って、それとつながりすぎちゃと、その時代が終焉を迎える時に僕自身も終わっちゃうみたいな恐怖感もあるんです。まあ、僕が惹かれてからというのもあるんだけど(笑)、ずっと描いていくためには、ある時代の流行をそのまま取り込みたくはないと思っています。

万理華 それから、伊勢丹新宿店やファッションブランドとのコラボなどで、私たちが日常的に身につけるものにも、宇野さんの作品がたくさん関わっていることも気付いて。私の友人も宇野さんのイラストが入ったトートバッグを使っていたりしますし。

あの「マジョリ画」の原画を見せてもらいました

髪や顔のパーツをそれぞれトレーシングペーパーに描き、実際に組み合わせていきながら制作をしたそう。限定パッケージのイラストも宇野さんが手がけた



今すぐ身につけたい おしゃれなテキスタイルグッズ

バッグに印典で名前をレタリングしてもらい、伊藤さん大興奮。太刺のスクarfは取材中ずっと身につけるほどのお気に入り。

宇野 本当に最近、そういうタイミングが来ているのか、こんなに本格的にファッション業界とかアパレルとつながったのは2016年が初めてくらいなんですわね。「KEITA MARUYAMA」とのコラボはもう少し前からやっていたけれど、それでもつながるようになってまだそんなに経っていないんです。

万理華 じゃあ本当に最近なんですね。それは意外でした。宇野さんの描かれるものの中では女の子の絵が代表的ですけど、他にも描かれてるモチーフがとてかわいらしくて。

宇野 例えば髪型を描く時でも、たいいてい男性の絵描きって、全体のフォルムに注目している人が多いと思うんだけど、僕は三つ編みにして後ろに回してとか、シニョンをどうするとかディ

テールを無意識に考えちゃう。ジーンズでも、色と形に注目して描くというよりは、僕はジーンズっぽさってやっぱり横のステッチじゃないかなと思って、ミシン目を描いたりとかね。

万理華 ちょっと違った目線から描いてるんですね。

宇野 子供の頃に中原淳一さんの少女向け雑誌とか、妹の持っていた雑誌を読んだりして育って、それが僕の描くものの女性的な感性につながっているのかなと思います。それから僕の家は喫茶店だったので、客を滞留させるために文芸誌やいろんな雑誌が置いてあったから、とにかくそういうものはよく見てましたよね。

万理華 宇野さんといえば、寺山修司さんをはじめとした演劇のポスターのイラストもよく描か

れてますよね。その場合って、描く前にお芝居の台本をどこまで読み込んだりするんですか？

宇野 もちろん、読むことは読むんですけど、寺山さんの場合は「こういう芝居をやるから描いて」って言われた時に、彼がまだ台本を書いてなくて、内容ができてなかったりすることもある。万理華 えっ？ その場合はどうやってポスターを作っていくんですか？

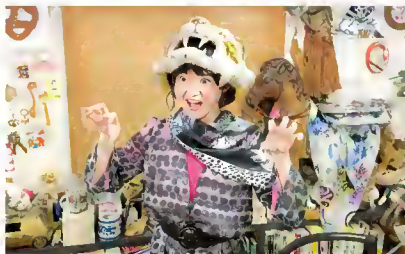
宇野 芝居の大体の構造を聞いて描くんだけど、僕が「ポスターのこのあたりの位置にコピーがあったらいいな」って言うのと、寺山さんが言葉を書いてくれるんです。でも芝居ができる前に書いてるわけだから、ポスターに書いた言葉は、本番の芝居の台詞とか考え方は違う内容になっちゃう。だけど寺山さんは、宣伝媒体と



宇野さんの代表作の一つでもある青山修司さんの演劇のポスター、青山さんとの交流や強制的な制作の背景のお話にじっくりと聞き入ります



ユニークなエピソード満載の 演劇ポスター



素敵なマスクをつけて 思わずポーズ



イラストの他にも舞台などの衣装を手がけることもある宇野さん。伊藤さんがつけている人面のマスクは、なんと絵筆を拭き取る雑巾を貼り付けたもの!

して面白ければいいという考え方で、デザインの必要だったらコピーも書いてくれちゃう。万理華 ヘー、面白! そこまで全部含めて作品として面白がる感じですね。これは実際の台詞にはないんだって思うと、逆にレアな言葉のように思っから、そこに気づいたらまた楽しめる。あ、この絵もいいなあ。色がきれい。

宇野 これは「新雪版一夜物語」っていう青山さんの芝居のポスター(128ページ左上写真)だけど、女性が自分のおっぱいを絞ってコーヒーに入れているみたいなイメージを思いつけてイラストにしました。そうしたら青山さんがこれを面白がってくれて、マジシャンをやっている人に相談して、実際に舞台上で母乳を搾したものを撮るような仕掛けを作って、そう

いうシーンを入れてくれた。

万理華 すごい! ポスターのアイデアが演出に影響するということか、一緒にお芝居を作っているんだなって感じますね。

宇野 こちらの出したイメージを作品の中でさらに加算してくれるっていうのは、青山さんの面白さですね。

万理華 それと、この1960年代ごろのポスターを見ても、描かれているモチーフがひとつひとつ凝っていたり、色使いだったり魅力のかわいさでいいなって思います。このポスターを一目見ただけで、これがポスターになったらいいのにとか、Tシャツになったら絶対かわいみないなアイデアが湧きますね。この頃の色使い、華々しいところも好きです。

宇野 このあたりの時代は、サイケデリックっていう言葉が流行っていた時代ですね。色使いが奇抜でちょっと陽気な悪夢みたいな(笑)。

万理華 まったく同じじゃないですけど、今、「痛みかわいい」って言葉があるんです、かわいものとは対照的なものを組み合わせると、毒要素が強かったりするところは、それと通じるところがあるのかも。

宇野 そうなんだ、今の若い人の中で、そういうものが流行ってたり、面白いて思っているのはいいよね。

万理華 (宇野さんの作品集をめくりながら) あー、一つ一つのポスターについて細かい部分聞きたくない! それじゃいつまでも話が終わらないですね(笑)。

デザインとグラフィックの総合情報誌 [月刊エムディエヌ]

MdN
DESIGN & GRAPHIC

月刊 [エムディエヌ] 毎月6日発売

電子版の発売日は電子書籍ストアによって異なります。

本誌に掲載されている原稿、写真、イラスト、図版など記事の一部あるいは全部を、無断で転載、複製、使用することを禁止いたします。

© 2017 MdN Corporation. All Rights Reserved.

作品クレジットに注目してこそ、マニア。

2017年4月号(毎月6日発売)3月6日発売 通巻第276号 1,490YEN

MdN04 DESIGN & GRAPHIC

デザインとグラフィックの総合情報誌[月刊エムディエヌ]

マスタリング

宣伝美術

製作進行

撮影

校閲

サウンドデザイン

ラインプロデューサー

VFX

色彩設定

ドラマトウルク

シリーズ構成

コンセプトデザイン

音響効果

脚本

美術

サウンドプロデュース

ミキシング

印刷所

第2原画

プロダクションデザイン

ダンス

製作委員会

演出部

原簿

スクリプター

監督

舞臺

製作

プロップデザイン

プロモーション

キャラクターデザイン

発行人

編集

衣裳

照明

プロモーション

タイトルロゴデザイン

アートディレクション

製本所

音響

校正

作品の
スタッフ・クレジットから
読み解けるもの

【特集】

映画、音楽、雑誌、
舞台、アニメ
早送りしたり、読み飛ばしがちな
スタッフクレジットに注目